

SOLANGE ANTUNES DE OLIVEIRA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: UMA EXPERIÊNCIA
NA UNIMED GRANDE FLORIANÓPOLIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Departamento de Serviço Social da Universidade
Federal de Santa Catarina para a obtenção do título
de Assistente Social.

Orientadora: Prof^a Ms. Jussara Jovita S. da Rosa

DEPTO. SERVIÇO SOCIAL
DEFENDIDO E APROVADO
EM: 29/3/07


Rosana Maria Gaio
Depto de Serviço Social / CSE

Florianópolis – SC

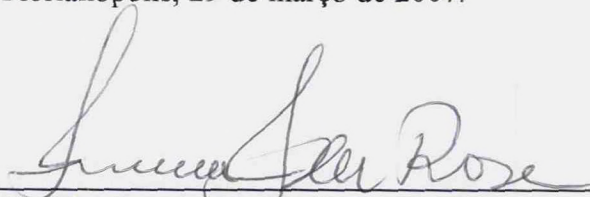
2006/2

SOLANGE ANTUNES DE OLIVEIRA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: UMA EXPERIÊNCIA NA
UNIMED GRANDE FLORIANÓPOLIS**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Serviço Social. Departamento de Serviço Social, Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 29 de março de 2007.



Profa. Ms. Jussara Jovita Souza da Rosa
Professora do Departamento de Serviço Social – UFSC
Orientadora



Prof. Rangel de Oliveira Medeiros
Doutorando em Ciências Sociais – UFSCar
Examinador



Profa. Ms. Rosane Suely May Rodrigues Pereima
Professora do Departamento de Serviço Social – UFSC
Examinadora

*“Dedico este trabalho aos meus pais, **Valdir e Valmira**, pelo
apoio constante”.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus por ter me concedido a vida, a saúde, a oportunidade de estudar e hoje estar concluindo meu Trabalho de Conclusão de Curso.

À minha família, principalmente meus pais, Valdir e Valmira, e meus irmãos, Solismar e Sueli pela presença constante.

Ao Marcelo por me entender nas horas de aflição... Pela paciência, o carinho e pelos momentos juntos.

Aos meus amigos, de longe e de perto, em especial, Liliane e Fernanda, por entenderem minha ausência, Iza Daiana e Melissa, pelo incentivo e por me acolherem nos momentos de angústia.

À Mônica, por contribuir com meu processo de “amadurecimento”.

Agradeço infinitamente aos meus Mestres, especialmente às Professoras: Rosane Pereima e Jussara Jovita. Com vocês aprendi muito!

Aos colegas da Unimed Grande Florianópolis, especialmente a Assistente Social: Cleci Elisa Albiero, que me supervisionou no período de estágio e me incentivou neste trabalho, à Sônia Secco e Lessandra Michel pela força e pelos momentos alegres que aliviaram a tensão, e a todos que de alguma forma estiveram presentes em minha trajetória,

Por fim a todos que contribuíram direta e indiretamente para a concretização deste trabalho.

Muito Obrigada, por fazerem parte desta etapa em minha vida!

“Já que você de fato é uma águia, já que você pertence ao céu e não
à terra, então abra suas asas e voe”.

Leonardo Boff

RESUMO

O tema deste trabalho é *Responsabilidade Social Empresarial: uma Experiência na Unimed Grande Florianópolis*. Relata a vivência de estágio de Serviço Social realizado na Cooperativa de Trabalho Médico. Pesquisa teórica, tendo como instrumentos além da pesquisa bibliográfica, a análise de documentos: projetos e relatórios de estágio além de documentos da organização. Apresenta um histórico do tema Responsabilidade Social Empresarial, e seus conceitos, indicando que o discurso da Responsabilidade Social Empresarial tem sido utilizado como saída para o enfrentamento da questão social. Contextualiza o Serviço Social como profissão e os desafios que lhe são impostos após a reestruturação produtiva. Discute as relações entre Responsabilidade Social Empresarial e Serviço Social, indicando a Responsabilidade Social Empresarial como mais um espaço de atuação do Assistente Social. Descreve a experiência de estágio na Unimed Grande Florianópolis, fazendo uma contextualização do seu percurso histórico enquanto Cooperativa de Trabalho Médico, cooperativa socialmente responsável, com seu foco na área da saúde. Analisa a experiência vivenciada, e a percepção obtida acerca da importância da relação entre Responsabilidade Social e Serviço Social, e finaliza com as considerações finais.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Serviço Social. Unimed Grande Florianópolis.

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|----------------------------------|----|
| Gráfico 2 - Área de atuação..... | 35 |
|----------------------------------|----|

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 - Perfil da Unimed Florianópolis..... | 32 |
| Quadro 2 - Ações de Responsabilidade Social em números no ano de 2006..... | 42 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 9 |
| 2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E SERVIÇO SOCIAL | 12 |
| 2.1 A TRAJETÓRIA HISTÓRICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL | 12 |
| 2.1.1 ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL | 16 |
| 2.2 SERVIÇO SOCIAL: UMA BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA..... | 18 |
| 2.3 SERVIÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM PROCESSO EM DISCUSSÃO | 21 |
| 3 UNIMED GRANDE FLORIANÓPOLIS..... | 29 |
| 3.1 CONTEXTO HISTÓRICO - CARACTERIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO | 29 |
| 3.2 COOPERATIVA DE TRABALHO MÉDICO | 31 |
| 3.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL DA UNIMED FLORIANÓPOLIS | 33 |
| 3.4 A TRAJETÓRIA DE ESTÁGIO..... | 43 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 48 |
| REFERÊNCIAS | 50 |
| ANEXOS | 54 |
| ANEXO A - CÓDIGO DE CONDUTA PROFISSIONAL UNIMED DO BRASIL..... | 55 |
| ANEXO B - MANUAL DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA UNIMED DO BRASIL | 79 |

INTRODUÇÃO

Tanto o Brasil quanto o mundo enfrentam hoje desafios de ordem econômica, social e ambiental, que permeiam por aspectos relacionados aos mais diversos problemas de ordem social que manifestam-se principalmente através da exclusão de grande parte da população.

Diante deste cenário, muito se tem falado na Responsabilidade Social Empresarial, que atualmente vem atraindo a atenção tanto da sociedade como das organizações, onde se tem discutido sobre o gerenciamento social, o empresário ético e o seu papel diante das expressões da questão social. E a partir deste contexto, se intensificam o debate sobre o papel das empresas na sociedade.

A realidade brasileira na década de 90 foi palco de mudanças bastante significativas, pelos efeitos da chamada reestruturação produtiva na política de comércio exterior brasileira.

Segundo Mueller (2003, p. 18):

O setor empresarial, principalmente a partir dos anos 90, vem sendo gradativamente estimulado a intervir nas expressões da questão social, consolidando parcerias com o Estado e investindo financeiramente nos grupos socialmente desprivilegiados, e nas chamadas minorias, que são o produto das contradições sociais, já que a desigualdade reinante impede que grande parte da população possa ter acesso aos benefícios do progresso tecnológico.

Levando em consideração todo esse contexto, o presente trabalho tem como principal função aproximar-se do tema, Responsabilidade Social Empresarial e sua relação com o Estado, e as organizações do terceiro setor, no presente caso, a UNIMED Grande Florianópolis, cooperativa de Trabalho Médico sob a ótica do Serviço Social, visando a contribuir para o debate.

Neste sentido, o problema desta pesquisa foi formulado nos seguintes termos:

Como o Serviço Social insere-se no programa de responsabilidade social da Unimed Grande Florianópolis?

Para responder a este problema foram estabelecidos os seguintes objetivos:

Objetivo geral:

Analisar como o Serviço Social insere-se no programa de responsabilidade social empresarial da Unimed Grande Florianópolis.

Objetivos específicos:

Contextualizar a Unimed tendo como base a Unimed Grande Florianópolis;

Refletir sobre as possibilidades de ação do Serviço Social no programa de Responsabilidade Social Empresarial da Unimed Grande Florianópolis;

Descrever a experiência de estágio realizada no programa de responsabilidade social da Unimed Grande Florianópolis.

Numa abordagem científica, Kerlinger (1980), menciona que, o problema da pesquisa, refere-se a uma:

[...] situação que necessita de discussão, investigação, decisão ou solução. Enquanto esta definição geral carrega um significado que a maioria de nós consegue entender, é insatisfatória para finalidades científicas porque não é suficientemente definida. Não diz ou implica o que os pesquisadores devem fazer para responder à questão que o problema apresenta. (KERLINGER, 1980, p.35).

Esta pesquisa se caracteriza como uma pesquisa teórica. De acordo com Demo (1995), a pesquisa pode ser classificada em quatro linhas básicas: teórica, metodológica, empírica e prática.

Para este autor “a pesquisa teórica é aquela que monta e desvenda quadros teóricos de referencia” (DEMO, 1995, p.35). Optamos por este percurso, visto que a partir da vivência de estágio almejamos ampliar nosso conhecimento acerca da Responsabilidade Social Empresarial em interface com o Serviço Social.

Além da pesquisa bibliográfica, nos baseamos na análise de documentos, diário de campo, projetos e relatórios de estágios e documentos da organização, tais como manuais, apostilas, códigos de conduta, etc.

O resultado da pesquisa é apresentado neste trabalho, o qual foi organizado em três seções sendo que a presente seção é a introdução.

Na segunda seção faz-se uma abordagem em torno do termo “Responsabilidade Social Empresarial”, suas primeiras manifestações, bem como a trajetória histórica até os dias atuais, e seu conceito ainda em construção, envolvendo ainda a questão da ética como princípio adotado pelas organizações.

Ainda nesta seção, se contextualizará o Serviço Social, relacionando-o ao tema que o envolve neste estudo, onde será discutido a Responsabilidade Social Empresarial como mais um espaço de inserção e atuação do Assistente Social, bem como suas opiniões favoráveis ou desfavoráveis.

Já a terceira seção trará dados acerca da Unimed Grande Florianópolis, seu percurso histórico enquanto Cooperativa de Trabalho Médico, o programa de Responsabilidade Social Empresarial desenvolvido, e o caminho percorrido enquanto cooperativa socialmente responsável com seu foco na área da saúde.

Nesta seção, ainda será apresentada a descrição da trajetória de estágio na área de Responsabilidade Social da Unimed Grande Florianópolis, discorrendo-se sobre a experiência vivenciada, e a percepção obtida acerca da importância da relação entre Responsabilidade Social e Serviço Social, e finalizando, serão explanadas as considerações finais.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E SERVIÇO SOCIAL

A presente seção tem por objetivo trazer uma breve abordagem histórica e conceitual referente à temática: Responsabilidade Social Empresarial e o Serviço Social.

Faremos uma explanação do tema, o qual, entretanto, está condicionado aos nossos limites teóricos para discutir um tema que ainda encontra-se em discussão.

2.1 A TRAJETÓRIA HISTÓRICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

A Responsabilidade Social atualmente é objeto de estudos, debates e questionamentos onde figuram diversas áreas interessadas no assunto. Desta forma o que se pretende é trazer alguns elementos para discussão, visando, neste processo de formação, consolidar conhecimentos acerca desta temática e contribuir com este debate.

É interessante mencionar que as primeiras manifestações acerca desta idéia surgiram no início do séc. XX com os americanos Charles Eliot (1906), Arthur Hakley (1907) e John Clark (1916). (RUVIARO, 1995, p.22)

Em seu surgimento, o enfoque da Responsabilidade Social visava à atuação dos empresários. Já na Europa, as idéias sobre Responsabilidade Social propagaram-se na década de 70, tanto nos meios empresariais, quanto acadêmicos, sendo que, na Alemanha, o desenvolvimento do assunto se deu de forma rápida, pois cerca de 200 das maiores empresas do país já associavam os balanços financeiros aos seus objetivos sociais.

Ruviaro, 2005 *apud* Araújo (2002, p. 41), destaca ainda que “a França foi o primeiro país a” sujeitar “as empresas a fazerem balanços periódicos de seu desempenho social”.

Em se tratando do Brasil, o mesmo autor destaca que as ações voltadas às obras sociais eram realizadas pela Igreja Católica, até o início do século XX, e complementa que “somente a partir deste período, começaram a surgir às primeiras fundações e entidades voltadas ao desenvolvimento de ações sociais, propriamente ditas”. (RUVIARO, (2005) *apud* ARAÚJO, (2002, p. 36)).

Zambon (2005, p. 20), menciona que, “a responsabilidade social surge como resgate da função social da empresa, cujo objetivo principal é promover o desenvolvimento humano

sustentável, que transcende o aspecto ambiental se estendendo a outras áreas, como: social, cultural, econômica e política”.

Já Fischmann (2000, p. 2), argumenta que, a expressão” responsabilidade social “ tem sido empregada, quase exclusivamente, em relação a empreendimentos coletivos e empresariais”.

Contudo, a autora argumenta que nos estertores do segundo milênio, vale refletir sobre a responsabilidade social que se coloca a cada cidadão e como desenvolvê-la solidariamente. (FISCHMANN, 2000, p.2)

Segundo Fischmann (2000, p. 2):

Aí se encontra a fonte da possível transformação duradoura do social, porque se impregnará nas estruturas a partir dos indivíduos – em quem se encontra a possibilidade de refletir sobre contradições, visualizando a forma de avançar, construindo cotidianamente a história.

De acordo com Menegasso (1999, p. 64), no marco das discussões sobre as políticas sociais e a função do Estado, conceitos como, responsabilidade social, gerenciamento social, e o empresário ético assume um relevante papel diante da difusão da idéia da responsabilidade das empresas frente aos problemas sociais, o que segundo a autora, diante desse contexto, impõe-se repensar o papel do Estado frente a sua participação no desenvolvimento social.

Alguns órgãos foram criados com o intuito de propagar a prática da Responsabilidade Social. Um dos principais órgãos é o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, que foi criado para ajudar as empresas a compreender e incorporar o conceito no cotidiano de sua gestão.

De acordo com o Instituto Ethos¹ (1995):

Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresárias compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações

¹ Trata-se de uma associação de empresas, interessadas em desenvolver suas atividades de forma socialmente responsável, ajudando a sociedade a alcançar um desenvolvimento social, econômico e ambiental sustentável, em um permanente processo de avaliação e aperfeiçoamento. Disponível em: <www.ethos.org.br>. Acesso em janeiro 2007.

futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Segundo Zambon (2005, p. 18):

A co-responsabilidade a que se refere o Instituto Ethos, implica em parcerias que exigem a participação do setor público, do setor privado e do terceiro setor. As organizações privadas, antes ausentes e omissas, hoje conscientes de seu papel na sociedade, engajam-se ao esforço coletivo, dividindo com o Estado e com os grupos organizados a responsabilidade de minimizar a exclusão social, mobilizando recursos para projetos direcionados aos interesses coletivos.

Vale lembrar que esta autora destaca a preocupação das empresas “socialmente responsáveis” em investir na educação, saúde, bem estar e no progresso de seus funcionários.

Em relação a esta análise Bueno (2003) *apud* Zambon (2005), acentua que esta preocupação volta-se também para os limites internos da organização e relaciona algumas condições fundamentais, sem os quais, segundo o autor, não se pode falar em empresa socialmente responsável:

- A não utilização da mão de obra infantil;
- O cuidado com a saúde de seus funcionários;
- A não utilização de trabalhos forçados;
- A segurança no trabalho;
- A liberdade de associação e negociação coletiva;
- A não discriminação;
- O respeito pelo horário de trabalho dos funcionários;
- A preocupação com questões ambientais;
- O sistema de gestão coerente com o discurso proferido.

Zambon (2005, p. 19) acentua ainda que, “a responsabilidade social não é apenas um investimento que a empresa faz em ações comunitárias ou projetos sociais, mas também a postura ética e socialmente responsável em todas as suas ações e políticas”.

Neste sentido, a referência é feita à responsabilidade social como forma de gestão empresarial, ou seja, em relação a todos os públicos com os quais se relaciona, sejam eles: colaboradores, comunidade, clientes, fornecedores, fornecedores dos seus fornecedores, meio ambiente, governo e Poder Público, consumidores e acionista e imprensa.

Por se tratar de um conceito que ainda não alcançou a total compreensão por parte daqueles que se envolvem com o assunto, as definições persistem em se multiplicar. Este fato tem provocado incertezas quanto a sua natureza. Isso por que a Responsabilidade Social tem um sentido abrangente, indo além de simples doações ou assistencialismo.

A responsabilidade Social além de tudo, “implica na relação socialmente responsável em todas as suas ações, em todas as suas políticas, em todas as suas práticas, em todas as suas relações, tanto no público interno quanto externo”. (Oded Grajew², 1999 *apud* Zambon, 2005, p. 17).

Muito se tem falado nas responsabilidades das empresas perante seus funcionários, acionistas, clientes, enfim, todos os *stakeholders*³ tomados no sentido mais geral do termo, “o que de fato engloba a sociedade como um todo e até o mundo, hoje cada vez mais globalizado”. (ASHLEY, 2003, p. 3).

Menezes (2004, p. 13), assinala que “a responsabilidade social é a relação ética da empresa em todas as suas ações, em todas as suas políticas, em todas as suas práticas, em todas as suas relações com a comunidade, empregados, fornecedores, meio ambiente, poder público, consumidores, mercado e acionistas”.

Uma organização que pretende ter uma existência estável e duradoura deve atender simultaneamente as necessidades de todas as suas partes interessadas. Para fazer isso ela precisa gerar valor, isto é, a aplicação dos recursos usados deve gerar um benefício maior do que seu custo total. O termo “*stakeholders*” foi criado para designar todas as pessoas, instituições ou empresas que, de alguma maneira, são influenciadas pelas ações de uma organização.

² Oded Grajew é Presidente do Instituto Ethos.

³ Termo em inglês amplamente utilizado para designar as partes interessadas, ou seja, qualquer indivíduo ou grupo que possa afetar a empresa por meio de suas opiniões ou ações, ou ser por ela afetado. Há uma tendência cada vez maior em se considerar stakeholder quem se julgue como tal. Disponível em: <www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/glossário>. Acesso em: 03/03/2007.

2.1.1 ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

A discussão acerca da Responsabilidade Social Empresarial tem estado entrelaçada com a discussão da ética. Embora o tema da ética seja central no Serviço Social não traremos a discussão por esta via, nos limitaremos a apresentar a ética a partir do discurso da Responsabilidade Social Empresarial.

A palavra Ética vem do Grego – *Ethos*, com duas origens possíveis. A primeira é a palavra grega *éthos*, com *e* curto, que pode ser traduzida por costume, a segunda também se escreve *éthos*, porém com *e* longo, que significa propriedade do caráter. A primeira é a que serviu de base para a tradução latina Moral, enquanto que a segunda é a que, de alguma forma, orienta a utilização atual que damos a palavra Ética. A Ética existe em todas as sociedades humanas, e, talvez, mesmo entre nossos parentes não-humanos mais próximos. Pode ser um conjunto de regras, princípios ou maneiras de pensar que guiam, ou chamam a si a autoridade de guiar, as ações de um grupo em particular (*moralidade*), ou é o estudo sistemático da argumentação sobre como nós devemos agir.⁽⁴⁾

O que se tem visto atualmente é o crescente movimento em busca da ética e da responsabilidade social corporativa, e hoje, as organizações pensando nisso, estão cada vez mais preocupadas.

De acordo com INSTITUTO ETHOS (2007):

A atuação baseada em princípios éticos e a busca de qualidade nas relações são manifestações da responsabilidade social empresarial. Numa época em que os negócios não podem mais se dar em segredo absoluto, a transparência passou ser a alma do negócio: tornou-se um fator de legitimidade social e um importante atributo positivo para a imagem pública e reputação das empresas. É uma exigência cada vez mais presente a adoção de padrões de conduta ética que valorizem o ser humano, a sociedade e o meio ambiente. Relações de qualidade constroem-se a partir de valores e condutas capazes de satisfazer necessidades e interesses dos parceiros, gerando valor para todos. Empresas socialmente responsáveis estão melhor preparadas para assegurar a sustentabilidade a longo prazo dos negócios, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial. O necessário envolvimento de toda a organização na prática da responsabilidade social gera sinergias, precisamente com os públicos dos quais ela tanto depende, que fortalecem seu desempenho global.

⁴ Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/bioetica/etica.htm>>. Acesso em 25/02/2007.

Desta forma, pontua-se como necessária a preocupação com os princípios éticos, valores morais e um conceito abrangente de cultura, para que se estabeleçam critérios e parâmetros adequados para atividades socialmente responsáveis, já que esta é uma preocupação das organizações que passaram a dar destaque a alguns elementos culturais como: valores, crenças, símbolos e mitos.(MENEGASSO, 1997).

Segundo Zambon (2005, p. 20):

É preciso compreender que a ética não se contrapõe ao lucro, e que responsabilidade social não é o oposto de crescimento e desenvolvimento. O fenômeno da globalização tornou maiores os desafios relacionados à conquista de níveis cada vez maiores de competitividade e produtividade ao mesmo tempo em que passou a exigir das organizações posturas socialmente responsáveis em todas as suas ações e iniciativas. Sendo assim, esses dois componentes, precisam somar-se, o que acaba conduzindo a responsabilidade social ao status de item do planejamento estratégico.

Dentro desta lógica, leva-se em consideração o fato de que antes de se falar em projetos de responsabilidade social, faz-se necessário um trabalho longo e árduo na consolidação da ética na cultura organizacional.

Segundo Sung (1995, p. 3), “Não estamos acostumados a refletir sobre estas questões. Geralmente seguimos as normas da sociedade ou do nosso grupo social e, assim, nos sentimos dentro da normalidade”.

Ashley (2005, p. 3), avalia que “o fato de se considerar que uma organização tem determinadas responsabilidades para com seus interlocutores, necessariamente envolve uma elaboração ética e vice-versa: qualquer reflexão sobre ética sempre tem em mente as responsabilidades percebidas como intrínsecas às organizações”.

A mesma autora menciona que Responsabilidades éticas correspondem às atividades práticas, políticas e de comportamentos que envolvem desde normas, padrões, ou expectativas de comportamento, para atender o que os diversos públicos com quem as empresas relacionam-se aqui chamados de *stakeholders*, consideram legítimo, correto, justo ou de acordo com seus direitos morais ou expectativas.

Levando em consideração estas afirmações, pode-se dizer que com os efeitos da economia global, o resultado reflete-se na adoção de padrões éticos e morais mais rígidos, seja pela necessidade das próprias organizações de manter a sua imagem ou pelas demandas diretas.

2.2 SERVIÇO SOCIAL: UMA BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

A seguir pretende-se descrever a trajetória histórica do Serviço Social, mas não com a intenção de ir aos seus primórdios, sendo assim, será feita uma breve contextualização que situa o Serviço Social enquanto profissão inscrita na divisão social do trabalho e suas implicações perante o assunto em questão.

O Serviço Social nasce como profissão institucionalizada no século XIX, a partir dos efeitos da Revolução Industrial.

Através de um resgate histórico é possível entender a inserção do Serviço Social nos processos de trabalho, em função do conflito entre capital e trabalho.

Com o desenvolvimento do capitalismo, surgem várias crises sociais, que ocasionam: desemprego, jornadas longas de trabalho, (incluindo crianças e mulheres), doenças, misérias, entre outros fatores.

Analisando este panorama, Rico (2004, 73) destaca que “o trabalho de ação social emerge, como símbolo da ajuda caritativa, oferecendo soluções paliativas e imediatistas, haja vista que a origem de tudo estava alicerçada na estrutura do sistema econômico”.

Iamamoto (1997) complementa a argumentação anterior, destacando que o surgimento do Serviço Social, no Brasil, está ligado à ação da Igreja católica, que deve compartilhar com o Estado “[...] a atuação diante da ‘questão social’, na tarefa de rescristianização da sociedade através de grupos sociais básicos, especialmente a família”. O objetivo desta ação é livrar o proletariado “[...] da vanguarda socialista do movimento operário e harmonizar as classes em conflito a partir do comunitarismo cristão” (IAMAMOTO, 1997, p. 19).

Assim, o Serviço Social surge, através da iniciativa de grupos dominantes, mobilizados através da Igreja pela formação doutrinária. Desta forma Iamamoto (1995, p. 19) complementa que “o Serviço Social surge da iniciativa de grupos e frações de classes dominantes, que se expressam através da Igreja, como um dos desdobramentos do movimento do apostolado leigo”.

As grandes mobilizações das classes operárias, a partir das duas primeiras décadas do século, fizeram com que o debate sobre as “expressões da questão social” tomasse o seu lugar perante o Estado.

O Serviço Social deixou de ser entendido como um mecanismo de distribuição de caridade privada das classes dominantes, transformando-se em um mecanismo de execução das políticas sociais do Estado.

Sobre isso, Iamamoto (1995, p. 20), faz a seguinte explanação:

A profissão não se caracteriza apenas como nova forma de exercer a caridade, mas como forma de intervenção ideológica na vida da classe trabalhadora, com base na atividade assistencial; seus efeitos são essencialmente políticos: o enquadramento dos trabalhadores nas relações sociais vigentes, reforçando a mútua colaboração entre capital e trabalho.

A autora comenta ainda que o Serviço Social aparece aos militantes, dos movimentos católicos, como uma alternativa profissionalizante às suas atividades de apostolado social, num momento de profundas transformações sociais e políticas. Fato este, que logo torna-se uma das fontes de recrutamento preferenciais dos profissionais dessa área.

“A partir de 1964, inicia-se no Brasil, o desenvolvimento de um ponto de vista crítico ao Serviço Social tradicional, visando a construção de um Serviço Social de acordo com a realidade latino americana”. (NETTO, 1998, p.45)

Com o início do processo de ruptura, a partir de 1979, o Serviço Social se renovou no Brasil assumindo significados novos “graças ao adensamento da resistência democrática, dinamizada, na segunda metade dos anos 70, pela reinserção da classe operária”. (IAMAMOTO, 1995, p. 18).

Com a reestruturação produtiva um novo desafio é imposto ao Serviço Social, analisando aquele período, assim se posiciona Iamamoto (1995, p. 20):

[...] o desafio do Serviço Social na atualidade é re-descobrir alternativas e possibilidades para o trabalho profissional no cenário atual. Traçar horizontes para a formulação de propostas que façam frente à questão social e que sejam solidárias com o modo de vida daqueles que a vivenciam, não só como vítimas, mas como sujeitos que lutam pela preservação e conquista da sua vida, da sua humanidade. Porém, apontar perspectivas implica em um esforço em decifrar o movimento societário, situando o Serviço Social na dinâmica das relações entre Estado e a Sociedade Civil.

Neste aspecto, César (1998, p. 116), avalia que ao considerar o processo de reestruturação produtiva como uma resposta à crise de acumulação capitalista, entende-se que ele encerra uma estratégia de reorganização da produção e dos mercados.

Neste sentido, a autora pontua que, as mudanças são mediadas pelas ações de classes e pelas transformações operadas neste último, que, na atual conjuntura, encontra amparo na ideologia neoliberal.

Cabe salientar que o profissional da área de Serviço Social, precisa estar atento às mudanças que ocorrem ao seu redor, pois é perceptível que um dos maiores desafios postos ao Assistente Social na atualidade, diz respeito a sua capacidade de: “decifrar a realidade e construir propostas de trabalho criativas e capazes de preservar e efetivar direitos, a partir de demandas que emergem no cotidiano”. (IAMAMOTO, 1999, p. 113).

Segundo Netto (1998, p. 66):

O que permanece inatingível para a legitimação do profissional é o efetivo fundamento profissional do Serviço Social: a criação de um espaço ocupacional onde o agente técnico se movimenta – mais exatamente, o estabelecimento das condições histórico-sociais que demandam este agente, configuradas na emersão do mercado de trabalho.

2.3 SERVIÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM PROCESSO EM DISCUSSÃO

Antes de entrarmos na discussão do Serviço Social em interface com a Responsabilidade Social é necessária uma breve análise histórica.

De acordo com Menegasso (1997, p. 64):

As questões pertinentes à responsabilidade social das empresas são por demais complexas, polêmicas e contraditórias, além de envolverem uma série de conceitos e categorias que a lógica do mercado e da burocracia pública por si só não alcançam. Cabe aqui ressaltar que o Estado e as suas funções essenciais não podem ser substituídos, mesmo que seja pelo mercado. A este e às suas organizações cabe o papel de partícipe, jamais de substituto.

Historicizando um pouco sobre o Estado, o Welfare State surge com o caráter de regular aspectos relativos à organização dos trabalhadores assalariados dos setores modernos da economia e da burocracia, caracteriza-se por um governo centralizado, burocratizado, com política social expressiva e serviços padronizados. (MEDEIROS, 2001, p. 8).

Cabe mencionar que o Welfare State surgiu nos países europeus, após o final da segunda guerra mundial, ou seja, 1945. Seu advento implica num fortalecimento dos estados Nacionais. Desta forma, se dá uma transformação do próprio Estado a partir das suas estruturas, funções e legitimidade, que vigorará até meados da década de 1970.

No entanto, o cenário econômico, político e social tem sido propício as críticas ao Welfare State, propondo como alternativa o Estado Mínimo, pois conforme assinala Menegasso (1997, p. 64), As necessidades e direitos sociais estão no núcleo de muitos problemas e cada vez mais se tornam visíveis e produzem inúmeras discussões na atualidade”.

A partir da década de 70, em nível mundial o Welfare State começa a desmoronar, e em virtude do processo de globalização, o Estado entra em crise, o que trouxe uma onda neoconservadora, indicando reformas econômicas para o mercado.

O Brasil não chegou a viver o Estado de Bem Estar Social concretamente, mas a idéia do chamado Welfare State resiste até a década de 1980. Era caracterizado por centralização política e financeira em nível federal, fragmentação institucional, autofinanciamento,

privatização e uso clientelístico das políticas sociais, ou seja, estas são características de um sistema de proteção social sem caráter de mecanismo redistributivo do produto da economia.

Parte-se da premissa de que todo o contexto social que o Brasil vivenciou nesse período, contribuiu para o fortalecimento por parte de grandes empreendimentos, de forma a apostarem na responsabilidade social estrategicamente, também como uma nova forma de gestão.

Vale lembrar que neste período no Brasil, “já havia um fortalecimento do papel das Organizações não Governamentais – ONGs, em decorrência do aumento da inserção de recursos oriundos de organizações vinculadas ao setor empresarial em projetos de interesse público”. (MENEGASSO, 1997, p. 64).

De acordo com Mota (1998, p. 15):

O principal aspecto da mudança a partir da nova onda tecnológica, diz respeito às transformações do mundo do trabalho, ou seja, uma revolução na organização dos processos de automação fragmentada, característica do paradigma taylorista/fordista, vindo a ser substituído por um processo onde a força de trabalho interage de forma ativa com o sistema de automação flexível, em outras palavras trata-se de qualificar um novo tipo de trabalhador, onde o perfil se enquadre aos objetivos empresariais para o aumento da força de trabalho. Este fato gerou uma crise estrutural, devido acúmulo de capitais pelas empresas automobilísticas, por exemplo. A crise era resultado da lógica do capital que tendia para a diminuição do valor de uso das mercadorias e conseqüentemente a exploração cada vez maior do trabalhador.

Dados recentes do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), mostram que dos brasileiros que declararam sua renda em 2003, um terço vive com uma fonte familiar per capita de meio salário mínimo. Em contrapartida do outro lado, apenas 1% da população, ou quase 2 milhões, concentra o equivalente à renda de quase 87 milhões de brasileiros. Estes números colocam o Brasil como o 2º país no mundo com a pior distribuição de renda, perdendo apenas de Serra Leoa.

Segundo dados do IPEA – Instituto de Pesquisas Aplicadas, o Brasil começa o ano de 2006 mantendo o mesmo índice de desigualdade social dos anos anteriores, sem conseguir melhorar a distribuição de renda. A denúncia é da organização não-governamental (ONG) ActionAid, que acredita ser a origem do problema a concentração de poder nas mãos de

poucos, o favorecimento dos ricos pelo modelo econômico e a falta de acesso da população carente aos seus direitos mais básicos, como educação e saúde.

Este cenário tem motivado as organizações empresariais a desenvolver ações na área social em um processo denominado de responsabilidade social, com reflexos no mundo de hoje, o que vem se fortalecendo por meio de diferentes iniciativas e da criação de redes de entidades que integram-se em torno do compromisso de inovar e de contribuir para o desenvolvimento social do País.

Atualmente, adota-se o discurso de que esta participação deve se dar na forma de investimento em programas ou projetos desenvolvidos pelas fundações, criadas pelas empresas, voltadas para a realização de serviços sociais ou para o financiamento de outras atividades de interesse público.

Conforme traz Menegasso (1997, p. 65):

De alguns anos para cá, tem-se notado em ritmo promissor uma crescente consciência de que a empresa pode e deve assumir dentro da sociedade um papel mais amplo, transcendendo a sua vocação básica de geradora de riquezas [...] pode estar associado não só a motivos de obrigação social, mas também a sugestões de natureza estratégica.

Hoje, a principal preocupação está relacionada aos princípios éticos, valores morais e um conceito abrangente de cultura, considerados elementos necessários para que seja possível estabelecer critérios e parâmetros adequados para atividades empresariais socialmente responsáveis.

No entanto, torna-se importante destacar, que em relação ao contexto das organizações empresariais, vistas sob a ótica da Responsabilidade Social, se constitui de certa forma em campo contraditório, visto que os interesses vão se estabelecendo como demandas.

Dadas as circunstâncias em que se inserem as questões relativas à Responsabilidade Social Empresarial, Montañó (2005), na obra “Terceiro Setor e Questão Social”, traz dados acerca do padrão de intervenção social emergente na atualidade, defendendo sua análise da seguinte forma:

[...] uma parcela mal intencionada ou mal informada da sociedade mundial e, em particular, da sociedade brasileira, nos últimos anos vem atribuindo funções salvacionistas a um conjunto (em constante crescimento) de entidades, conhecidas

pela sigla, em língua portuguesa, ONG ou Organização Não Governamental. (MONTAÑO, 2005, p.34)

E sobre isso, Rico (2004, p.77), menciona que, “tal postura assistencialista, via de regra usada como sinônimo de filantropia, consiste na prestação de auxílio material ou financeiro destinado a atender uma problemática imediata, tal como alimentação, saúde, habitação, entre outras”.

Em contrapartida, diante das discussões acerca da questão que envolve a responsabilidade social, Menegasso (1997, p.?), avalia que, “as mudanças que vem ocorrendo no contexto das organizações empresariais, em função do processo de reestruturação produtiva e pela modernização organizacional, trazem novas formas de produzir trabalho, novas estratégias de controle produtivo e social. (MENEGASSO, 1997, p. 109).

Menegasso (2001, p. 64), considera que “as ações sociais do empresariado integram o denominado terceiro setor, que constitui um campo marcado pela diversidade de atores e formas de organização”.

Sobre o Terceiro Setor a autora traz ainda a seguinte informação: “O Terceiro Setor é uma construção teórica oriunda dos EUA, na qual existe uma tradição histórica de filantropia, onde empresas financiam universidades e uma infinidade de fundações atendem a demandas específicas de grupos e a interesses diversos da sociedade”.

Já Montañó (1999, p.60), assinala que “o uso predominante do conceito Terceiro Setor expressa uma noção claramente diferenciada do que entendemos que realmente esteja em questão. [...] sendo constituído por Ong’s, fundações, associações comunitárias, movimentos sociais, etc.”

Scarpelli (2004, p. 18), argumenta ainda que: “as organizações de Terceiro Setor visam a melhoria das condições de vida de uma comunidade ou grupos sociais, trabalhando questões ligadas às diversas áreas, como saúde, educação, moradia, preservação do meio-ambiente e outras.”

Segundo Menegasso (1997, p. 110):

O “Primeiro Setor” é representado pelo Estado e pelas instituições governamentais que caracterizam o espaço e o serviço público. Já o “Segundo Setor” é representado

pelo Mercado que pertence ao espaço jurídico de direito privado, o que se caracteriza pelo comércio, ou atividades mercantis que visam lucro. Enfim, o “Terceiro Setor” tem origem na Sociedade Civil Organizada, com as instituições sem fins lucrativos que, a partir do âmbito privado, perseguem propósitos de interesse público.

No Brasil, nos anos 90, o terceiro setor adquire maior visibilidade na mídia e no espaço público. Regulamentado pelo decreto lei N° 9.790 de 23 de março de 1999, que qualifica as organizações do terceiro setor como parte da sociedade civil, adquire nova expressão, passando a ser denominada de marco legal do terceiro setor. (MENEGASSO, 2001 p. 115).

Este fato culminou com um espaço cada vez maior de atuação do profissional de Serviço Social, pois segundo Mota (1998, p. 13), “Os desafios que se colocam aos assistentes sociais na atual conjuntura são aqueles engendrados pelas transformações no “mundo do trabalho”, provocando alterações no mercado de trabalho e nas condições de trabalho. As reflexões sobre estas alterações passam pela compreensão das demandas e necessidades sociais”.

A autora complementa que, nesse aspecto a principal tarefa posta ao Serviço Social atualmente é a de identificar o conjunto das necessidades oriundas da relação entre capital e trabalho no contexto da reestruturação produtiva no Serviço Social.

Relacionado ainda a este aspecto, Mota (1998, p. 117) argumenta que:

Ao considerar o processo de reestruturação produtiva como uma resposta à crise de acumulação capitalista, entendo que ele encerra uma estratégia de reorganização da produção e dos mercados. Como tal, interfere na organização da sociedade e no conjunto das relações que se estabelecem entre o capital, trabalho e o Estado. Deste modo, as mudanças são mediadas pelas ações das classes e pelas transformações operadas neste último que, na atual conjuntura, encontra na ideologia neoliberal um amparo teórico e político para enaltecer o papel do mercado em detrimento da sua ação pública.

César (1998, p.118), menciona que nos anos 90, “as requisições feitas ao assistente social passaram a ser mediadas por novas formas de controle da força de trabalho, exigindo a formulação de estratégias de atuação que se definem, também, em função das condições de trabalho dos profissionais”.

Menegasso (1997), nos indica a importância do Serviço Social, inserido nesta lógica, quando ressalta que:

É necessário destacar a importância dos estudos e pesquisas sobre responsabilidade social das empresas e a intervenção do Serviço Social. Neste momento em que novas expressões da questão social emergem nos contextos empresariais, não se justifica o alheamento daqueles que estudam as questões sociais sob a perspectiva do Serviço Social. (MENEGASSO, 1997, p.69).

Sobre a “questão social”, Netto (2000, p. 41), destaca que, “[...] a expressão surge para dar conta do fenômeno mais evidente da história da Europa Ocidental que experimentava os impactos da primeira onda industrializante, iniciada na Inglaterra no último quartel do século XVIII”.

Já a partir da segunda metade do século XIX, comenta o autor que:

A expressão deixa de ser usada indistintamente por críticos sociais de diferenciados lugares, sendo assim, comenta o autor que a questão social perde paulatinamente sua estrutura histórica determinada, sendo crescentemente naturalizada. Na agenda contemporânea do Serviço Social, a “questão social” é ponto saliente, incontornável e praticamente consensual.(NETTO, 2000, p. 41).

O autor menciona ainda o fato de que,

A expressão questão social não é semanticamente unívoca: ao contrário, registram-se em torno dela compreensões diferenciadas e atribuições de sentido muito diversas. E complementa que as recomendações disponíveis indicam que a expressão “questão social”, tem história recente, haja vista seu emprego datar de cerca de cento e setenta anos. (NETTO, 2000, p.41).

Os estudos e pesquisas relativos a responsabilidade social da empresa, mostram-se necessários, a medida que vem chamando a atenção para o espaço de intervenção do Serviço Social, tendo em vista que a chamada “questão social” é elemento central na relação entre a profissão e a realidade.

De acordo com Netto (2000, p. 41):

A atualidade da ‘questão social’ se põe tanto para os assistentes sociais de campo quanto para aqueles que se ocupam, especialmente na academia, com a formação das novas gerações profissionais e com a investigação da realidade social. (NETTO, 2000, p.41).

De acordo com Silva, (1995, p.116), “o Serviço Social ao se institucionalizar como profissão, assumiu como campo privilegiado de ação as políticas sociais, sobretudo os programas assistenciais”.

Em relação a esta reflexão, a autora analisa que,

O Estado, enquanto expressão de relações sociais, impõe ao Serviço Social um conjunto de demandas que expressam a dinâmica das correlações de forças configurativas das diferentes conjunturas. Nessas demandas, ao mesmo tempo em que tem subordinado as políticas sociais aos interesses do desenvolvimento econômico, tem também representado, junto ao Serviço Social, principalmente os interesses dos setores dominantes da sociedade, propiciando: repasse de programas assistenciais. [...]. (SILVA, 1995, p.118)

E salienta também que,

À medida que se expande o processo de industrialização do país, sobretudo a partir da implantação das grandes empresas, os setores empresariais têm, também, apresentado demandas diretas com o Serviço Social, incorporando contingentes significativos em seus quadros. (SILVA, 1995, p.118)

Sobre isto Ruviaro (2005, p. 26), comenta que,

“As recentes discussões sobre as políticas sociais e a função do Estado, assumiram papel preponderante na justificação e na difusão da idéia da responsabilidade das empresas frente aos problemas sociais. O mercado vem sofrendo um apelo no sentido de participar e contribuir para a solução da questão social.”[...] “ Mesmo que a participação das empresas na área social faça parte de uma estratégia de negócio, considera-se tal atuação importante, pois se constitui um primeiro passo, o reconhecimento de que o sucesso da empresa também depende da visão pública da sua utilidade para a sociedade.”

Em relação à análise da Responsabilidade Social nas empresas, compreende-se sua inserção no campo de um novo esquema de atendimento às demandas sociais, sustentando a idéia de solidariedade social e na divisão de responsabilidades entre Estado, terceiro setor e mercado.

De acordo com Pfeifer (2006, p. 43):

Entende-se a Responsabilidade Social das empresas tendo por eixo os fenômenos sociais mais amplos, isto é, inserida no âmbito de um novo esquema de atendimento às demandas sociais decorrentes da reforma do Estado, este que é parte estruturante das medidas reformadoras do capital implementadas na contemporaneidade. Sustentando-se na idéia de solidariedade, a intervenção social baseia-se em uma divisão de responsabilidades entre Estado, terceiro setor e mercado. É retirado do Estado o papel de principal responsável pela proteção social, num movimento que abre espaço para as empresas capitalistas se envolverem no enfrentamento da questão social, construindo em seu interior um espaço organizado de prestação de serviços sociais através das práticas de Responsabilidade Social Empresarial.

Desta forma entende-se que o Estado não mais se coloca como o principal responsável pela proteção social. E assim as empresas entram neste contexto construindo em seu interior um espaço organizado de prestação de serviços sociais, através de práticas denominadas de Responsabilidade Social, que incentivam o envolvimento individual e institucional no enfrentamento das expressões da questão social.

3 UNIMED GRANDE FLORIANÓPOLIS

3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

Os dados descritos nesta seção, foram extraídos de documentos da Instituição, sendo eles: manuais, relatórios, apostilas, monografias, bem como do *site* da cooperativa: www.unimedflorianopolis.com.br.

A Unimed foi criada em 1967, na cidade de Santos (SP), como alternativa para a medicina de grupo, em virtude das condições de atendimento oferecidas pelo sistema público de saúde na época.

Vários médicos das cidades paulistas interessaram-se pela iniciativa, e em pouco tempo a tese do cooperativismo médico foi ganhando força, demonstrando que a idéia era viável e bem aceita dentro da classe. O movimento se estendeu para outros estados abrangendo várias cidades do Brasil.

Por volta dos anos 80 a Unimed passou por uma fase de consolidação e crescimento acelerado, nesse período foram fundadas cerca de 100 novas cooperativas. Seguindo essa fase de crescimento, a Unimed nos anos seguintes passou a investir em campanhas institucionais e na conquista de liderança e reconhecimento no setor de saúde no Brasil.

Hoje a Unimed é a maior rede de assistência médica do Brasil, reunindo 91 mil médicos cooperados, 11 milhões de usuários em suas 365 cooperativas médicas, abrangendo cerca de 4 mil municípios cobrindo 76% do território nacional, 16 mil recursos credenciados, 2100 leitos próprios, 16 mil empregos diretos, 42 hospitais próprios, 18 centros de diagnóstico.

No estado de Santa Catarina, a Unimed é composta por uma rede de 3.891 médicos, 530 clínicas, 372 laboratórios, 75 clínicas radiológicas, 223 hospitais, atendendo a aproximadamente 200 municípios, somando um total de 25 Unimeds em todo estado.

Na grande Florianópolis, a Unimed, foi criada em 30 de agosto de 1971, por um grupo de 20 médicos da região, como uma alternativa entre a medicina particular e a previdenciária. A Unimed é formada por clientes, cooperados e credenciados.

Vale lembrar que o sistema Unimed é composto por singulares, federações e confederações.

As **Singulares** são as cooperativas formadas pelos médicos cooperados, onde sua principal característica é a comercialização e prestação de assistência médica.

Já as **Federações** são formadas pela união de no mínimo 03 (três) cooperativas singulares, tendo como principal atividade o desenvolvimento da Unimed em sua área de ação (Regional ou Estadual); elaborando a regimentação das singulares de seu estado/região em consonância com a confederação, podendo atuar também como cooperativa singular em determinada região de sua área de ação até que esta unidade tenha condições econômicas e financeiras de ser uma singular.

Por fim, As **Confederações** são formadas pela união de no mínimo 03 (três) Federações, tendo como principal atividade a representação do sistema Unimed junto ao público, aos órgãos de defesa do consumidor, e é representante do sistema Unimed a nível mundial. Tem a função de legislador do sistema como um todo, editando as normas derivadas que regem os inter-relacionamentos das singulares de todo o país, opera na gestão de abrangência nacional, tendo como princípio o apoio operacional e tecnológico as Singulares e Federações. (SECCO, 2006 pg 42).

De acordo com Secco (2006, p.45):

Atualmente a Unimed é uma empresa de assistência médica de grande relevância no Brasil e têm buscado promover a integração com as organizações cooperativistas, entidades médicas e sociedades brasileiras de especialidades; proporcionar um mercado de trabalho ético para os profissionais médicos; e continuar assegurando a confiança e credibilidade da marca Unimed em âmbito nacional.

Tendo como base o princípio do cooperativismo, cabe mencionar que a Unimed visa a preservação do caráter liberal da profissão médica e ao resgate da ética e do papel social da medicina.

No ano de 2002, a Unimed lançou o “Manual de Responsabilidade Social Unimed”, conforme anexo B, que tem o objetivo de difundir a prática de responsabilidade social para outras cooperativas médicas, apresentando passo a passo, os caminhos para a prática de

responsabilidade social eticamente correta, procurando assim enfatizar seu compromisso na realização de projetos que repercutam em benefícios reais e duradouros para a sociedade.

3.2 COOPERATIVA DE TRABALHO MÉDICO

De acordo informações contidas em documentos da organização, a Unimed Grande Florianópolis, que é uma singular do Sistema Unimed, foi criada em 30 de agosto de 1971, pelos médicos da Capital Catarinense.

Estes conviviam diariamente com as dificuldades vivenciadas pelos hospitais frente ao INPS – Instituto Nacional de Previdência Social. Em decorrência da demanda pela constituição de espaços qualificados e autônomos para o exercício da profissão, alguns médicos da região reuniram-se e fundaram a cooperativa, que atualmente é chamada de Unimed Grande Florianópolis.

O primeiro nome dado à cooperativa foi Sanmed – Cooperativa de Assistência Médica da Grande Florianópolis, surgido do hábito de conotar o nome da cooperativa com o do estado e sua localização. Posteriormente passou a chamar-se Medsan, e em 1983 foi adotado o nome de Unimed Florianópolis. No ano de 2006, agregou ao nome Unimed Grande Florianópolis, permanecendo até a atualidade.

Nos primeiros anos de existência, a cooperativa sustentou-se em parte pela confiabilidade de seu primeiro presidente, que exercera importantes cargos no serviço público e em entidades médicas, e pelas quotas-parte, assim denominadas, recolhidas por seus fundadores. A renda própria veio com o primeiro contrato firmado com o Ipalese – Instituto de Previdência dos Funcionários da Assembleia Legislativa, beneficiando 200 usuários.

Aos poucos, a cooperativa foi adquirindo maior credibilidade, tornando-se auto-sustentável. Logo pode comprar seu primeiro conjunto de salas no prédio que funcionava a ACM – Associação Catarinense de Medicina, localizado à Rua Jerônimo Coelho, Centro de Florianópolis. Em 1983 foi adquirida uma sede na rua Osmar Cunha, passando em 1991 para o prédio da rua Dom Jaime Câmara, onde, até os dias atuais, permanece a estrutura administrativa. Em 1998, a Unimed inaugurou outra sede na rua Osmar Cunha apenas para

atendimento aos usuários. Em 2001, inaugurou o novo prédio que ampliou suas instalações atuais e trouxe um novo espaço para adequar a empresa às novas realidades da gestão empresarial. Atualmente a cooperativa conta também com lojas de vendas no centro de Palhoça, São José e Florianópolis, visando atender as necessidades comerciais da comunidade.

Atualmente, a Unimed Grande Florianópolis conta com um representativo número de clientes, médicos cooperados, hospitais, clínicas e laboratórios credenciados e cooperados, conforme segue abaixo:

| Perfil da Unimed Grande Florianópolis | Total numérico |
|--|-----------------------|
| Total de Clientes Potenciais | 230.417* |
| Médicos Cooperados | 1.463 |
| Hospitais Credenciados | 30 |
| Hospitais Cooperados | 8 |
| Clínicas Cooperadas | 204 |
| Clínicas Credenciadas | 42 |
| Laboratórios Cooperados | 13 |
| Laboratórios Credenciados | 28 |

Quadro 1 - Perfil da Unimed Florianópolis.
Fonte: Unimed, 2006.

* Ano de 2007

A assistência médica é um campo altamente complexo, desta forma a cooperativa tem investido na promoção da saúde, na prevenção e no aperfeiçoamento do relacionamento com os clientes, médicos cooperados, prestadores de serviço, fornecedores, clientes empresariais, organizações governamentais entre outras, estruturando uma rede de parcerias buscando consolidar os valores do cooperativismo.

Sendo assim, a Unimed Grande Florianópolis tem como princípio solidificar sua liderança e também contribuir para a disseminação de valores como respeito e a valorização das pessoas, o cultivo da ética, da justiça e da solidariedade na sociedade.

Em seu quadro funcional, a Unimed conta hoje com Assistentes Sociais responsáveis diretamente pelo atendimento hospitalar aos clientes internados, além da área de Medicina Preventiva bem como a área de Responsabilidade Social.

3.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL DA UNIMED GRANDE FLORIANÓPOLIS

De acordo com dados obtidos em documentos da cooperativa, a Unimed possui uma gestão voltada à responsabilidade social, por isso, adota como princípios essenciais o desenvolvimento sustentável da sociedade, a preservação dos recursos ambientais e culturais, o respeito à diversidade e ainda busca ações que reduzam as desigualdades sociais.

Neste sentido tem como Missão:

Disseminar o conceito de Responsabilidade Social para o público interno, (cooperados e colaboradores), comunidade, clientes, fornecedores, governo e sociedade, dentro dos princípios e valores do cooperativismo.

Sua Visão é:

Ser conhecida como uma cooperativa médica preocupada com as ações de Responsabilidade Social-Ambiental, visando a sustentabilidade do planeta, preservando recursos para gerações futuras e contribuindo para a diminuição das desigualdades sociais com foco na prevenção, promoção da saúde e qualidade de vida.

Valores:

Promover a ética, a transparência, o comprometimento, a competência, o respeito, o compromisso social e o relacionamento interpessoal.

Tem como objetivos:

- Integrar os processos da cooperativa que sustentam o eixo pela qualidade de vida do público interno (cooperado e colaborador) na busca da eficácia na promoção do bem estar físico, psíquico e social - biopsicosocial.
- Contribuir para uma melhor qualidade de vida das gerações futuras.
- Gerenciar os impactos sociais e ambientais decorrentes do nosso negócio.
- Monitorar e avaliar os programas e projetos da Responsabilidade Social visando qualificar e profissionalizar para obter resultados que contribuam para a melhorar as condições dos municípios da área de abrangência da Unimed Grande Florianópolis.

O público alvo:

Compreende todos os públicos que interagem com a cooperativa, sejam eles: público interno (cooperado e colaborador), clientes, fornecedores, comunidade, governo e sociedade civil/ONG/ fundações e imprensa.

Os princípios da responsabilidade social foram difundidos pela Unimed do Brasil e a Fundação Unimed junto à sociedade, por intermédio de seus executivos. Para isso foram ministradas palestras e consultorias sobre o tema a convite de entidades, associações, empresas e das próprias cooperativas médicas.

Com isso a Unimed busca criar estratégias para proporcionar um ambiente melhor através de programas, ações e eventos que se estendem por todo o sistema. A Política Nacional de Responsabilidade Social incentiva às cooperativas a investirem na comunidade da sua região.

A Unimed com a proposta de diminuir as desigualdades sociais presente na atual sociedade e que influenciam a vida de todos, tem voltando sua atenção para o desafio das empresas e instituições de todo o mundo, a responsabilidade social eticamente correta. (UNIMED, 2005).

Dados divulgados no *site* da Unimed Grande Florianópolis (2005), informam que:

A promoção da saúde implica em um conjunto de ações capazes de gerar bem estar físico e mental, sendo o corpo humano o resultado do meio ambiente e da sociedade em que vive. Com essa convicção, desde 1999 a cooperativa desenvolve, projetos de

responsabilidade social, que já beneficiou cerca de 105 mil pessoas, tornando-a referência em práticas sociais.(UNIMED, 2005).

Nesta perspectiva, ressalta-se que a Unimed, sendo uma cooperativa de trabalho médico, tem seu foco na área da saúde. Isto se evidencia nos projetos de responsabilidade social apoiados pela cooperativa, onde a área da saúde ocupa o primeiro lugar, seguido da educação, meio ambiente, geração de renda, cultura e esporte, conforme mostra o gráfico 1.

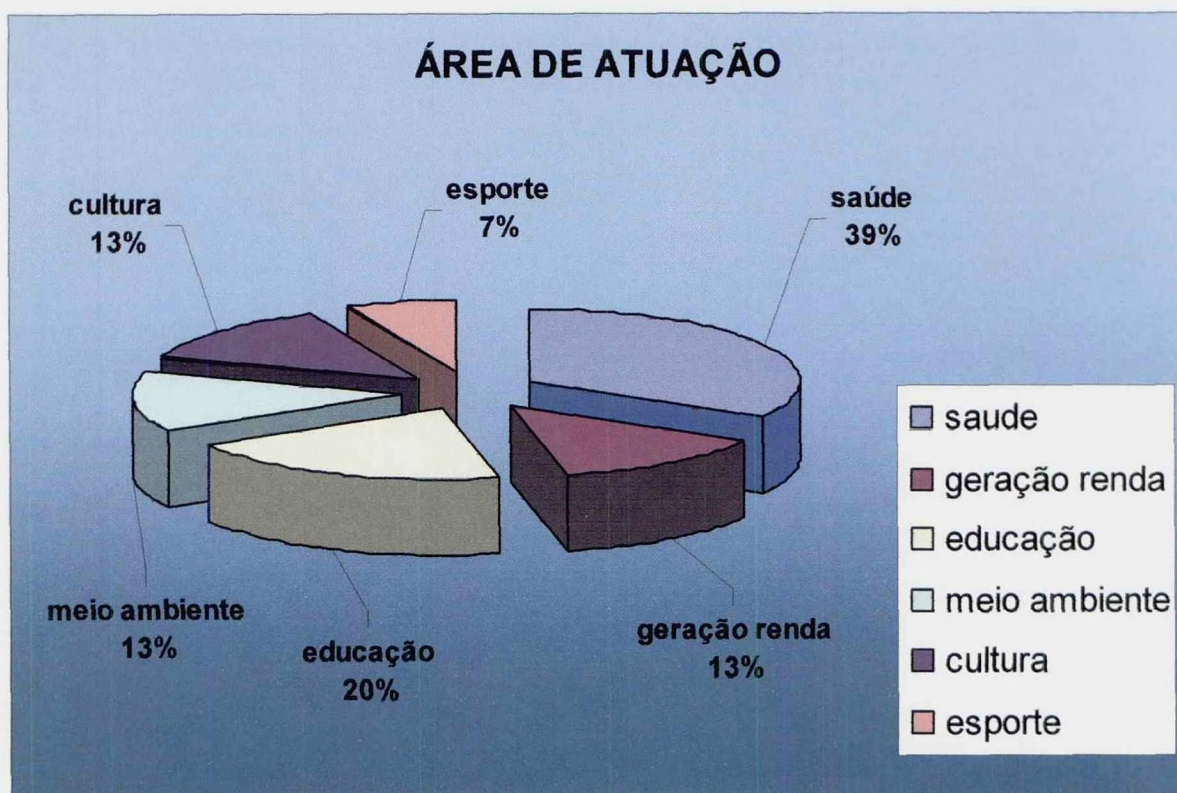


Gráfico 1 - Área de atuação.
Fonte:

Saúde: 39%

Educação: 20%

Meio Ambiente: 13%

Geração de Renda: 13%

Cultura: 13%

Esporte: 7%

Desta forma, a Cooperativa Médica busca consolidar sua parceria com a comunidade, por meio dos seguintes projetos:

- **Programa Capital Criança**

A Unimed Grande Florianópolis é parceira da Prefeitura Municipal de Florianópolis no programa “Capital Criança” desde 2000. Este programa está voltado ao atendimento através de consultas para gestantes de alto risco e consultas nas especialidades pediátricas (crianças entre 0 a 9anos); com o objetivo de reduzir a mortalidade e o número de mortes evitáveis no grupo materno e infantil, com o objetivo de promover uma maternidade segura e garantir o crescimento e desenvolvimento saudável da criança.

As gestantes de alto risco passaram a receber consultas ginecológicas e pediátricas, no total de 1000 (mil) consultas / ano, sendo que 800 (oitocentas) são na área de especialidade pediátrica e 200 (duzentas) na área obstetrícia.

Conforme dados divulgados pelo *site* da empresa, este projeto em 3 anos já reduziu a taxa de mortalidade infantil em 42,5%. Em 1996, de cada mil crianças nascidas 21,5 morriam antes de completar um ano de idade. Em 1999 este índice já era de 12,5 mortes por mil.

- **Programa Jovem Trabalhador**

O Programa “Jovem Trabalhador”, é uma iniciativa para empregar a população vinculada a Promenor, uma entidade com 34 anos de existência e cerca de 1.100 crianças e adolescentes atendidos por mês na grande Florianópolis. O critério para admissão dos jovens é a comprovação do bom desempenho escolar. Logo após a constatação do bom desempenho escolar, os jovens são encaminhados para a empresa para trabalhar como *office boys*, com uma carga horária de 4 horas diárias e com os seguintes benefícios: salário, vale alimentação, vale transporte e plano de saúde. O principal objetivo do programa é contribuir/ incentivar adolescentes de baixa renda, com até 18 anos e cursando ensino médio a entrar no mercado de trabalho.

• Programa Ação Contra a Violência (PROERD)

O PROERD é um programa desenvolvido em parceria com a Polícia Militar desde 2000, com caráter social preventivo, que tem como objetivo ensinar alunos da rede municipal e estadual a atuarem contra a violência e a droga, num estímulo à paz e ao bom senso. O programa está voltado para crianças da 4ª e 6ª série do ensino fundamental, sendo que as aulas são ministradas por policiais treinados especialmente para execução desse programa. Em 2000 a Unimed Grande Florianópolis formou 8.000 alunos de 33 escolas. Da periferia são 17 semanas consecutivas de aula de 60 minutos cada, com materiais didáticos, uniformes, lanches e solenidade de formatura.

• Programa Lixo Reciclável

O projeto lixo reciclável é um convênio com a Promenor, a cooperativa confecciona e distribui cartazes com orientações sobre a importância e a necessidade de reciclar lixo. Além disso, todo o lixo recolhido na Unimed é enviado a Promenor, que o devolve em forma de blocos para rascunho, receituários, risque-rabisque, sacolas, entre outros. A ação contribui para a geração de 96 toneladas de papel reciclado, equivalente a 22.280 árvores que deixam de ser cortada.

• Teatros e Contos

A proposta da Unimed Grande Florianópolis é criar oportunidades para crianças e adultos de comunidades carentes conhecerem peças teatrais e a dramaturgia de modo geral, com espetáculos seguidos por palestras de prevenção e cuidados com a saúde.

As apresentações são realizadas em escolas e hospitais da Grande Florianópolis, pelo grupo Pé de vento Teatro, duas vezes ao mês, conforme cronograma pré-estabelecido. Os espetáculos apresentados são dois:

- Lamurio Poético – que tem por objetivo, proporcionar aos adolescentes e adultos do ensino fundamental e ensino médio, o contato com teatro e poesias.
- Cacilda, Astrogilda e Eulália – que tem por objetivo divertir e motivar pacientes em tratamento ou recuperação em hospitais, sendo estes, adolescentes, adultos ou idosos.

• Médico na Escola

É um programa desenvolvido inicialmente na Escola de Ensino Fundamental Professora Antonieta de Barros, onde é prestado atendimento aos estudantes e familiares, contribuindo para a redução dos índices de desnutrição, de dificuldade de aprendizagem, de violência e do contato com as drogas. Atualmente abrange algumas escolas do maciço do Morro da Cruz.

• Levando Arte

O programa Levando a Arte tem como finalidade o trabalho com jovens e com a comunidade, no qual por meio da música e do teatro, pretende-se criar valor moral aos jovens, bem como oportunizar um espaço de lazer e ação social. Além disso, tem por finalidade formar um grupo de teatro e música, para apresentações voluntárias em instituições sociais, como orfanatos, asilos, escolas, hospitais e eventos da comunidade.

• Junior Achievement

O programa Junior Achievement é uma parceira da Unimed Grande Florianópolis, com a Associação Junior Achievement, uma entidade educativa filantrópica criada nos Estados Unidos, em 1919 e que opera em 107 países, atendendo a mais de 6 milhões de jovens. Em Santa Catarina, a entidade atua desde 1997, desenvolvendo atividades de forma voluntária em escolas públicas e privadas, com estudantes de 5ª à 8ª série do ensino fundamental, 2ª e 3ª séries do ensino médio e universidades. O projeto visa despertar no jovem o espírito empreendedor, estimular o potencial individual e de grupo, fortalecer princípios éticos, proporcionar o contato com um ambiente novo com uma visão clara do mundo dos negócios.

Em 2006 a Unimed Grande Florianópolis ampliou sua participação com o envolvimento de funcionários voluntários nos projetos em escolas públicas da cidade, conforme abaixo relacionados:

- Economia Pessoal – Auxilia o jovem a descobrir seu potencial e explorar opções de carreiras. Além de reforçar o valor da educação, ensina a planejar seus investimentos e gastar com sabedoria, preparar o orçamento pessoal e familiar, o uso do crédito, suas vantagens e conseqüências.

- Introdução ao Mundo dos Negócios – Destinado aos alunos de 5ª e 6ª série, complementa o currículo básico por meio de informações teóricas e práticas sobre conceitos, habilidades e princípios básicos da administração de empresa.

- Projeto Mini Empresa – Conduzida por alunos do ensino médio, tem por objetivo fornecer informações práticas aos mesmos sobre a organização e a operação de negócios, promovendo a troca de experiências e o desenvolvimento de lideranças.

• Associação de Moradores da Comunidade do Pacheco

A Unimed Grande Florianópolis é responsável pela manutenção da Creche Vovó Elisa, situada na cidade de Palhoça, com gastos semanais necessários para manter o bom funcionamento da instituição, que atende cerca de 120 crianças com faixa etária de 0 a 6 anos. Os recursos são destinados à alimentação dessas crianças.

• Meio Ambiente

- Utilização da Água da Chuva;

A Unimed utiliza a água precipitada pelas chuvas, nos sistemas sanitários da cooperativa e na lavagem de carros e das ambulâncias do SOS Unimed.

- Plástico e Lixo Reciclável;

Todo o papel produzido na Unimed é enviado para a Promenor, que o transforma em blocos para rascunho, receituários, risque-rabique, sacolas e outros. Além disso, a cooperativa estabeleceu convênio com a Associação de Coletores de Materiais Recicláveis, onde o plástico utilizado também passa a ser reciclado, visando dar um destino correto ao plástico que é consumido na cooperativa, garantindo assim que os mesmos não sejam lançados no meio ambiente sem o devido tratamento.

- Utilização da Água da Chuva;

A Unimed desenvolve um sistema próprio para coletar e armazenar a água da chuva, utilizando-a nos sanitários e para limpeza de todos os veículos que compõem a sua frota.

- Frota a Gás;

Toda a frota de veículos da Unimed Grande Florianópolis é equipada com o sistema de Gás Natural Veicular, GNV, reduzindo o consumo em 63% e contribuindo para a diminuição da poluição do ar.

- Consumo Consciente;

Através do Programa energia inteligente, com monitoramento de consumo, a Cooperativa tem a projeção de obter até 25% de economia. Já a política de educação ambiental se dá por meio de palestras de consumo consciente e do incentivo à utilização de canecas de porcelanas (cada colaborador tem a sua) para evitar o consumo excessivo de copo plástico. A cooperativa também possui política clara disseminada entre seus públicos da não aquisição de produtos pirateados, principalmente na área da tecnologia da informação.

- Redução de Resíduos Sólidos em Saúde;

Realizado através de parceria com a empresa FORMACO Trans-ambiental, que recolhe todo o resíduo hospitalar dando destino final em local legalmente definido pelos órgãos governamentais de proteção ambiental.

• **PET – Programa de Educação para o Trabalho**

Este projeto busca, em parceria com o Senac Social, Unimed Grande Florianópolis e Casa da Criança do Morro da Penitenciária, promover a capacitação profissional para o trabalho, com relevante alcance social para jovens de 14 à 18 anos, moradores da Comunidade do Morro da Penitenciária, que estejam cursando no mínimo a 6ª série do ensino fundamental, com vistas ao primeiro emprego

• **RCEE – Rede Catarinense de Empregabilidade Especial**

Rede Catarinense de Empregabilidade Especial - A Unimed Grande Florianópolis é uma das signatárias da RCEE - Rede Catarinense de Empregabilidade Especial, que tem como objetivo discutir a empregabilidade de homens e mulheres portadores de Deficiência e Redução de Mobilidade.

• **Floripa Saudável 2040;**

O programa busca desenvolver ações de educação para a saúde, baseado em intervenção diretamente nas escolas, que visa sensibilizar crianças, pais e professores para a mudança de hábitos e a busca de uma melhor qualidade de vida. O programa aborda temas como: nutrição, atividade física, proteção contra agentes externos, saúde mental, saúde bucal e monitoramento da saúde. Esse programa será desenvolvido em parceria com a Prefeitura Municipal de Florianópolis, Sociedade Catarinense de Pediatria e UFSC.

Segundo Relatório Anual da área de Responsabilidade Social da Unimed Grande Florianópolis, no ano de 2006, muitas ações e intervenções foram planejadas, realizadas, acompanhadas e avaliadas; e diante disso o resultado dos programas e projetos pode ser visualizado a partir dos dados que serão apresentados no decorrer deste trabalho, representado em números de pessoas e instituições beneficiadas.

Número de Beneficiados

Por meio de seus programas e projetos como: Capital Criança, Tênis Comunitário, PROERD, Levando Arte, Pé de Vento, Junior Achievement, Médico na Escola, Jovem Aprendiz - PROMENOR, Creche Vovó Elisa, Tênis Comunitário e PET – Programa Educação para o Trabalho, além disso, o Curso para Cuidadores de Idosos; onde se ofereceu à comunidade curso de qualificação para pessoas interessados na área de cuidador ou acompanhante de pessoas idosas, atendeu-se a uma grande expectativa e demanda da sociedade.

Os projetos foram apoiados financeiramente pela Unimed Grande Florianópolis no ano de 2006, onde tiveram a atuação diretamente na comunidade, de acordo com relatório anual 2006, conforme relação abaixo:

- Numero de pessoas beneficiadas diretamente pelos projetos: 32.630
- Numero de pessoas beneficiadas indiretamente: 66.554
- Numero de pessoas beneficiadas até 14 anos: 17.795
- Numero de pessoas beneficiadas de 14 à 18 anos: 12. 368
- Numero de pessoas beneficiadas acima 18 anos: 1.793
- Número de pessoas em eventos e ações sociais: 4.705

- Número de colaboradores voluntários envolvidos nos projetos: 25
- Numero de escolas e universidades beneficiadas: 127
- Numero de hospitais, asilos e casas de repouso beneficiado: 17

Área de Abrangência dos Projetos

Os projetos parceiros da Responsabilidade Social da Unimed atingem diversas áreas da Região da Grande Florianópolis, como: São José, Palhoça, Comunidade do Pacheco, São Pedro de Alcântara, Antonio Carlos e Governado Celso Ramos.

Em Florianópolis (ilha), beneficia as seguintes comunidades: Maciço do Morro da Cruz, Morro da Caixa, Morro da Penitenciária, Comunidade da Vila Aparecida, Santo Antonio de Lisboa, Comunidade da Tapera, Base Aérea e região central, tendo projetos que se estendem também a Instituições hospitalares e escolas da rede pública de Florianópolis e São José.

| Indicadores | Números |
|--|----------------|
| Ações e reuniões internas | 43 |
| Ações e reuniões externas | 39 |
| Visitas a projetos | 11 |
| Cursos/seminários/congressos | 06 |
| Doações (roupas, brinquedos e alimentos) | 544 |
| Total | 643 |

Quadro 2 - Ações de Responsabilidade Social em números no ano de 2006
Fonte: Relatório Anual/ 2006

Dessa forma, os programas, projetos e ações de responsabilidade social desenvolvidos pela Unimed, integram o propósito da cooperativa, que é prestar assistência médica. Assim sendo, por ser uma cooperativa, toda a “sobra” é reaplicada na própria empresa, revertendo-se em mais qualidade de atendimento para todos os que estão ligados ao convênio e conseqüentemente, revertendo-se também em programas sociais que atinge a sociedade de forma geral.

Além de desenvolver programas sociais ligados à comunidade local, a Unimed Florianópolis mantém atividades sistemáticas, por meio de cursos específicos de aperfeiçoamento, palestras, treinamento sobre novos produtos e serviços, e cursos de gestão. Faz parte também, a prática de inserção de novos funcionários ou estagiários no ambiente de trabalho, por meio de “Seminário de Ingresso”, realizados mensalmente, com o objetivo de recepcioná-los, bem como para apresentar-lhes as características e a cultura da cooperativa.

Neste sentido, a cooperativa procura transmitir aos seus colaboradores, fornecedores, cooperados e clientes, os valores e crenças através de documentos impressos, em placas de comunicação interna, *banners*, Internet, intranet e nos vários meios de comunicação da cooperativa. Uma das principais formas de disseminação dos valores e crenças é o código de conduta⁵ desenvolvido pela Unimed.

3.4 A TRAJETÓRIA DE ESTÁGIO

O estágio na área de Responsabilidade Social da Unimed Grande Florianópolis ocorreu no período compreendido entre janeiro e setembro de 2006. Esta experiência proporcionou o acesso a novos conhecimentos, mostrando um novo espaço de atuação para o profissional de Serviço Social.

Quando iniciei nas atividades da Responsabilidade Social da cooperativa, o setor estava passando por mudanças, inclusive na coordenação. Inicialmente, o setor passou por várias dificuldades, devido ao fato do setor estar sendo assumido sem o repasse de muitas informações da antiga gestão da área de Responsabilidade Social.

Com o passar do tempo e inúmeros ajustes, as dificuldades e desafios foram sendo vencidas e isso impulsionou foram definidas novas estratégias para o desenvolvimento das atividades na área. O cenário mostrou-se adequado, já que contava com o apoio da Diretoria de Gestão Comercial e Marketing da Unimed Grande Florianópolis, e também da Diretoria

⁵ O código de conduta é uma declaração pública do compromisso da Cooperativa com o ser humano e com a construção de uma sociedade transformadora, igualitária e solidária. Portanto, esse código de conduta prevê de forma clara a relação que a cooperativa, acredita ser relevante para a construção de uma sociedade melhor para todos. Relações essas, que tem como preceito a confiança, padrões éticos e respeito à legalidade.

Executiva, que aos poucos foi concedendo autonomia para avançar principalmente com o público interno da cooperativa.

A busca por informações iniciou-se através de leituras, acesso à Internet, contato com outras Unimeds, participação em seminários, congressos, troca de experiências com outros profissionais da área e também com a Unimed do Brasil. Em alguns momentos recebemos a assessoria do Consultor em Responsabilidade Social Marcelo de Menezes.

Os desafios foram surgindo entre eles tarefas como: preencher os indicadores da Unimed do Brasil, Indicadores da Revista Expressão Região Sul, indicadores Ethos de Responsabilidade Social, conhecer os projetos e tentar acompanhar o desenvolvimento das ações. E aos poucos o espaço foi sendo conquistando internamente com os colaboradores que passaram a conhecer e discutir o conceito de Responsabilidade Social, bem como a participar dos eventos e ações promovidos pela área.

Sabendo que a Responsabilidade Social Empresarial é assunto de grande discussão atualmente no meio acadêmico, procurei enquanto estagiária apropriar-me primeiramente de leituras, para a compreensão desta temática.

Nesta busca, deparei-me diversas vezes com dúvidas e incertezas referente ao verdadeiro papel do Estado, bem como das Organizações de Terceiro Setor, frente às demandas postas à sociedade, fator este que provocou grande inquietação e vontade de ir além, no sentido de pesquisar e contribuir para que o debate não perdesse a intensidade. Enquanto estudante de Serviço Social questionei-me inúmeras vezes a respeito da importância de um trabalho que discutisse a Responsabilidade Social Empresarial no âmbito do Serviço Social.

Levando em consideração o trajeto acadêmico e a construção do arcabouço teórico, a inserção deste profissional, revela-se necessária à medida que percebe-se o seu compromisso profissional com as expressões da questão social, já que a Responsabilidade Social, vista e analisada pela ótica do Serviço Social, assume uma conotação específica, tendo em vista a amplitude do olhar destinado ao profissional desta área.

Segundo Iamamoto (1999, p. 191):

O projeto ético político profissional conduz a intervenção para o desenvolvimento de ações profissionais voltadas para a construção da cidadania para todos, a defesa, a ampliação e a consolidação de direitos sociais, civis e políticos, a formação de uma cultura política democrática e para a consolidação da esfera pública.

Além da obtenção de conhecimento através das leituras aos manuais, documentos, impressos, da própria cooperativa, o estágio foi vivenciado através da observação, participação em reuniões e encontros da área, visitas a projetos, o que considero extremamente valioso para a compreensão dos fatos. Todas estas atividades foram registradas no diário de campo, que segundo Falkembac (2003, p.2), “consiste num instrumento de anotações – um caderno com espaço suficiente para anotações comentários do dia a dia, tenha ele o padrão formal do educador, ou não”.

Destaco ainda que as atividades da área de Responsabilidade Social da Unimed Grande Florianópolis tem como eixo-norteador os Processos de Planejamento e Gestão, que segundo Lima (2006, p. 49):

Referem-se ao desenvolvimento de assessoria e consultoria nas instituições públicas e privadas voltadas para a avaliação e proposição de programas e projetos sociais, bem como o desenvolvimento de ações voltadas para a gestão de Recursos Humanos, gestão da informação, organização e gerenciamento de programas, projetos e serviços.

O período compreendido pela vivência de estágio, privilegiou o contato tanto direto quanto indireto aos projetos desenvolvidos na Unimed, onde muitos deles foram visitados, tais como o Projeto Júnior Achievement, onde foi desenvolvido trabalho com crianças de 5ª série, na Escola Henrique Stodiek, no Centro de Florianópolis, participação em palestras informativas, oficinas, datas comemorativas nas comunidades beneficiadas pelos projetos, atividades esportivas, como o lançamento do Projeto Tênis Comunitário, caracterizando assim o acompanhamento aos mesmos como sendo um dos itens do planejamento anual da área de responsabilidade social.

Dentre o envolvimento em outras atividades da área de Responsabilidade Social da Unimed, é possível destacar a participação nos seguintes eventos:

- Encontro dos Grupos de Convivência de Idosos na Prefeitura Municipal de Florianópolis;

- Seminário: Primeiros passos em Responsabilidade Social Empresarial, promovido pelo Senac Social;
- Seminário Prático em Responsabilidade Social – Palestra Ministrada pelo Consultor em Responsabilidade Da Unimed do Brasil, Marcelo de Menezes;
- Seminário Responsabilidade Social, promovido pela Comissão de Assistência Social da OAB e o CRESS;
- 1º Encontro do grupo que realizou o curso do Banco de Talentos em parceria com a Associação Horizontes;
- CONCES – Congresso Catarinense de Empregabilidade Especial – Promovido pela Rede Catarinense de Empregabilidade Especial, o qual a Unimed Grande Florianópolis é parceira.
- Festival Mundial da Paz – Lançamento do Livro: “A Paz Como Caminho” – Dulce Magalhães
- Participação no Projeto: Introdução ao Mundo dos Negócios, da Junior Achievement, envolvendo os colaboradores da Unimed.
- Ação externa na Beira Mar em comemoração ao dia do idoso, realizado em parceria com a Medicina Preventiva da Unimed e a Faculdade Estácio de Sá;
- Acompanhamento do programa “Universidade da Saúde”, desenvolvido pelo departamento de Medicina Preventiva, juntamente com a Técnica em Enfermagem responsável, auxiliando nas atividades dos grupos.
- Participação e auxílio em cursos realizados na Unimed e destinados à clientes e não clientes, como Curso de Gestantes e Curso de Diabéticos.
- Encontro de Assistentes Sociais das Unimeds de Santa Catarina.

As atividades acima destacadas, propiciaram a aproximação maior com a prática da realidade da intervenção profissional, uma vez que foi possível o acompanhamento aos projetos de responsabilidade social com uma visão do Serviço Social.

A participação nestas atividades foi de extrema valia, já que por sua vez, a experiência contribuiu para a formação acadêmica, propiciando uma visão sistêmica, seja na forma de executar coordenar e acompanhar os projetos, inclusive na elaboração de relatórios da área.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso possibilitou o acesso a novas informações, ampliando o conhecimento em relação a um assunto bastante questionado na atualidade: Responsabilidade Social Empresarial.

No entanto, é importante ressaltar, antes de tudo, que o trabalho realizado foi condicionado aos nossos limites teóricos tendo em vista a discussão deste tema encontrar-se ainda em construção.

Ao concluir este trabalho faz-se necessário mencionar os objetivos propostos e onde foi possível chegar, bem como algumas considerações necessárias, tendo em vista o tema e sua amplitude.

Abordar o temática Responsabilidade Social Empresarial no âmbito do Serviço Social atualmente é um desafio. No que compete ao campo do Serviço Social, este é um assunto contraditório, ainda em discussão, que apresenta aspectos bastante polêmicos, porém, que não se deve perder de vista as possibilidades de ação do profissional desta área.

Percebeu-se ao longo dos estudos aspectos distintos acerca da Responsabilidade Social, ou seja, se por um lado alguns autores mencionam que não compete ao mercado desresponsabilizar o Estado, por outro, fala-se que o Estado e as suas funções essenciais não podem ser substituídos, mesmo que seja pelo mercado, cabendo sim ao terceiro setor o papel de participante neste cenário.

Pensando nisso, procurou-se através da descrição da trajetória de estágio no programa de Responsabilidade Empresarial da Unimed Grande Florianópolis consolidar conhecimentos acerca das possibilidades de atuação do Serviço Social na referida área, visando contribuir com o debate acerca deste tema.

Nesta lógica, buscou-se trazer o exemplo de uma “empresa” onde se destacou a trajetória de estágio vivenciada na Unimed Grande Florianópolis – Cooperativa de Trabalho Médico, por ser a partir desta experiência que surgiu a inquietação referente a inserção do profissional Serviço Social neste segmento.

A reflexão apontou caminhos bastante significativos. Um deles é que as interrogações persistem, pois são necessárias ao constante debate referente à discussão do Serviço Social em interface com as questões relativas a Responsabilidade Social Empresarial, tema este pouco discutido e que cada vez mais precisa ser tratado e rediscutido com o intuito de levantar questionamentos no âmbito acadêmico.

É importante fixar que esta trajetória possibilitou um avanço no sentido de poder visualizar as questões que compreendem o campo de intervenção deste profissional: as inquietações, os limites, avanços e retrocessos.

Neste aspecto, analisa-se que a Responsabilidade Social Empresarial é hoje uma dessas possibilidades de atuação, do Assistente Social.

No decorrer da pesquisa percebeu-se que a questão da Responsabilidade Social ainda é trazida de uma forma muito positivista, limitando o debate e fazendo com que a discussão não se aprofunde no que compete ao Serviço Social. Inclusive esta percepção foi possível dentro da própria profissão, onde encontrei divergências em relação ao tema.

Nesta lógica, destaca-se o grau de dificuldades encontrado, no que se refere inclusive a pouca produção teórica em se tratando deste tema.

Apesar disso, o objetivo traçado aqui, em partes foi contemplado, onde foi trazido a tona o tema Responsabilidade Social Empresarial e pôde ser destacada a experiência de uma “empresa” neste segmento, com a inserção de um profissional de Serviço Social, trabalhado o assunto no sentido de fazer com que o debate acerca desta tão polêmica temática não cesse e que a discussão não seja apenas mais um conteúdo de trabalho acadêmico.

Por fim, cabe destacar que não foi objetivo desta reflexão apresentar uma verdade absoluta. O que se procurou foi “desanuviar” o assunto e trazer a recomendação de que este tema seja de fato tratado com mais propriedade e profundidade.

Não se pode deixar de mencionar que permanecem as indagações, e que elas precisam estar presentes na vida profissional, pois com certeza culminarão em reflexões necessárias visando a construção de um mundo mais homogêneo no que se refere ao acesso direitos e a cidadania.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY, Patrícia. ÉTICA e Responsabilidade Social nos negócios/ coordenação: Patrícia Almeida Ashley – coordenação. – São Paulo: Saraiva, 2003. Vários Autores.

CESAR, Mônica de Jesus – Serviço Social e reestruturação industrial: requisições, competências e condições de trabalho profissional. Cortez, 1998.

DEMO, Pedro. Metodologia Científica em Ciências Sociais. São Paulo: Atlas, 1995.

DOHME, Vânia D'Angelo - Voluntariado e sua Administração nas Organizações Sociais.

DICIONÁRIO do Pensamento Social do Século XX/ Editado por William Outhwaite, Tom Bottomore; com a consultoria de Ernest Gellner, Robert Nisbet, Alain Touraine; editora da versão brasileira, Renato Lessa, Wanderley Guilherme dos santos; tradução de Eduardo Francisco Alves, Álvaro Cabral. – Rio de Janeiro; Jorge Zahar Ed., 1996

FALKEMBAC, Elza Maria F. Diário de Campo : um instrumento de reflexão. Revista Contexto/ Educação, vol.7, Editora Uniji RS. 2003. Não paginado.

FISCHMANN, Roseli – Responsabilidade Social: Correio Braziliense – 18/12/2000 – Professora de pós-graduação na USP e Universidade Presbiteriana Mackenzie, coordenadora do Instituto Plural e membro do Júri Internacional de Prêmio Unesco de Educação para a Paz.

IAMAMOTO, Marilda V. – Renovação e Conservadorismo no Serviço Social: Ensaios críticos, 3ª edição. – São Paulo: Cortez, 1995

IAMAMOTO, Marilda Vilela. Renovação e conservadorismo no serviço social. Ensaios críticos. 4 ed. São Paulo: Cortez, 1997.

IAMAMOTO, Marilda V. – O Serviço Social na Contemporaneidade: trabalho e formação profissional. 2ª edição. São Paulo: Cortez, 1999.

INSTITUTO ETHOS. Site Disponível em: <www.ethos.org.br>. Acesso em: 03/03/2007.

KARKOTLER, Gilson – Responsabilidade Social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações/ Gilson Karkotler, Sueli Duarte Aragão. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004

KERLINGER, Fred Nichols, Metodologia da Pesquisa em Ciências Sociais: um tratamento conceitual. – São Paulo. Ed da Universidade de São Paulo, 1980.

LIMA, Telma Cristiane Sasso – Serviço Social e Intervenção Profissional. Fragmento da

Dissertação de Mestrado – UFSC, 2006

MANUAL de Responsabilidade Social – Fundação Unimed.

MARTINELLI, Maria Lúcia – Serviço Social: Identidade e Alienação. 6ª edição. – São Paulo: Cortez, 2000.

MEDEIROS, Medeiros. A trajetória do Welfare State no Brasil: Papel Redistributivo das Políticas Sociais dos Anos 1930 aos Anos 1990. Brasília, 2001.

MENEZES, Marcelo de Menezes. Manual de Responsabilidade Social. 2005

MENEGASSO, Maria Ester – Revista Katalysis, Universidade Federal de Santa Catarina. Centro Sócio Econômico. Departamento de Serviço Social. N. 1 (junho de 1997) – Florianópolis: Editora da UFSC, 1997-

MENEGASSO, Maria Ester – Organizações e Serviço Social - Revista Katálisis, Universidade Federal de Santa Catarina. Centro Sócio Econômico. Departamento de Serviço Social. Editora da Ufsc. 2001

MONTAÑO, Carlos – Terceiro Setor e questão Social. 2ª edição. 2005

MONTAÑO, Carlos – Das Lógicas do Estado às Lógicas da Sociedade Civil. 1999.

MOTA, Ana Elizabete – A Nova Fábrica de Consensos: ensaios sobre a reestruturação empresarial, o trabalho e as demandas ao Serviço Social. São Paulo: Editora Cortez 1998.

MUELLER, Adriana - A Utilização dos Indicadores de Responsabilidade Social Corporativa e sua Relação com os Stakeholders – Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção – UFSC -2003.

NETTO, José Paulo – Cinco Notas a Propósito da Questão Social – VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Serviço Social (ENPESS) 2000, Universidade de Brasília.

NETTO, José Paulo. Ditadura e serviço social. Uma análise do Serviço Social no Brasil pós-64. São Paulo: Cortez, 1998.

PERES, Marco Augusto de Castro. - Do Taylorismo/ Fordismo à acumulação flexível toyotista: novos paradigmas e velhos dilemas. Não paginado.

PFEIFER, Mariana - Responsabilidade Social das empresas: instrumento de consolidação hegemônica do projeto neoliberal? Dissertação de Mestrado - Ufsc, 2006

PIMENTEL, Rosalina Chedian, Profª Drª. : Gestão Empreendedora com Responsabilidade Social/ Rosalinda Chedian Pimentel e Daniela Carnio Costa Marasea – Ribeirão Preto – Legis Summa 196p 145x210.

RICO, Elizabeth de M. - Responsabilidade Social Empresarial: Uma aliança para o desenvolvimento sustentável. São Paulo, 2004.

RUVIARO, Karen Lílian Cezar – Responsabilidade Social das Empresas Novas Possibilidades de Intervenção no Serviço Social. – Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Serviço Social da Ufsc – 2005.

SCARPELLI, Maria Beatriz G. – Terceiro Setor e Responsabilidade Social – Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Serviço Social da Ufsc – 2004.

SECCO, Sônia M. Souza - A Importância da Intervenção do Serviço Social para o cliente internado na rede Hospitalar Unimed Florianópolis – Trabalho de Conclusão de Curso – apresentado ao curso de Serviço Social da Ufsc – 2006.

SOUZA, Francisco das Chagas – Doutor em Educação pela Ufsc - Resenha do livro de Carlos Montañó - “ Terceiro Setor e Questão Social.” 2005.

SILVA, Maria Lúcia Lopes – Um novo fazer profissional. Revista de Negócios –FURB – Vol. 5 n° 1, 2000.

SILVA, Ana Carolina - Projeto de Pesquisa Teórico Empírica – Responsabilidade Social: Um Estudo de caso na empresa Unimed Florianópolis Cooperativa de Trabalho Médico, - Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração da Univali – 2006.

SUNG, Jung Mo. 1958 – Conversando sobre ética e sociedade/ Jung Mo Sung e Josué Cândido da Silva. – Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

UNIMED - *Home Page*. Disponível em: www.unimedflorianopolis.com.br. Acesso em 18-12-2006

ZAMBON, Patrícia P. – A Responsabilidade Social e a contribuição da comunicação/ relações públicas no contexto hospitalar. Curso de Pós Graduação. Universidade de São Paulo, 2005.

WIGGERS, Iza Daiana – O Grupo como Instrumento de Intervenção profissional do Serviço Social. – Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Serviço Social da Ufsc – 2006.

Sites:

www.ethos.org.br

www.unimed.com.br

www.unimedflorianopolis.com.br

<http://www.cefetsp.br/edu/eso/globalizacao/globalizacao.html>

<http://www.cefetsp.br/edu/eso/globalizacao/mareneoliberalcrise.html>

<http://www.cefetsp.br/edu/eso/globalizacao/reestruturacao.html>

http://www.mhd.org/artigos/levi_emplo.html

<http://www.ufrgs.br/bioetica/etica.htm>

ANEXOS

ANEXO A**CÓDIGO DE CONDUTA PROFISSIONAL UNIMED DO BRASIL**

Índice

| | |
|--|----|
| APRESENTAÇÃO | 5 |
| PRINCÍPIOS | |
| 1. Integridade, respeito às leis vigentes no país e às normas internas | 6 |
| 2. Proteção ao patrimônio físico, moral e intelectual da Unimed | 8 |
| 3. Relacionamento com os cooperados. | 10 |
| 4. Valorização do capital humano. | 12 |
| 5. Compromisso com os clientes. | 16 |
| 6. Respeito ao meio ambiente | 18 |
| 7. Uso das informações e dos meios de informática | 20 |
| 8. Relacionamentos externos construtivos. | 22 |
| APLICAÇÃO E GERENCIAMENTO DO CÓDIGO DE CONDUTA | 29 |
| GLOSSÁRIO | 31 |
| UNIMED DO BRASIL | 34 |
| FUNDAÇÃO UNIMED | 35 |
| COMISSÃO INSTITUCIONAL UNIMED | 36 |
| COOPERATIVAS QUE PARTICIPARAM COM SUGESTÕES | 37 |
| COORDENAÇÃO E EXECUÇÃO | 39 |
| AGRADECIMENTO GERAL | 39 |

Apresentação

A Unimed, a maior cooperativa médica do mundo, surgiu da iniciativa de um grupo de médicos em adotar um modelo inspirado em princípios éticos, que desse ênfase ao papel social da medicina, garantindo a prática liberal da profissão e a qualidade do atendimento.

Ao longo desses quase 40 anos de existência, esse sistema consagrou valores que hoje norteiam sua filosofia de administração e de operação, como:

- Satisfação dos Cooperados
- Cooperação
- Transparência
- Ética e Integridade
- Valorização dos Colaboradores
- Compromisso com o Cliente
- Responsabilidade Social

Na busca de materializá-los, foram desenvolvidos, regionalmente, vários "Códigos de Conduta Ética" desde 2001, época do lançamento da Política Nacional de Responsabilidade Social Unimed, que estimulava a criação desse guia.

Após essa etapa de amadurecimento, entendeu-se a importância de o Sistema Unimed adotar um código único, o que foi aprovado por unanimidade e envolveu a participação de cooperativas de todo o país.

Assim, é seguro afirmar que esse Código de Conduta Profissional do Sistema Unimed alcançará plenamente seu principal objetivo, que é elevar o nível de confiança e de bom relacionamento entre administradores, cooperados e colaboradores, bem como entre as demais partes interessadas.

Sistema Cooperativo Unimed

Integridade, respeito às leis vigentes no país e às normas internas.

A atuação da Unimed obedecerá às leis vigentes no país, sendo que a legalidade de qualquer iniciativa ou projeto deverá ser a primeira preocupação de nossos cooperados, administradores e colaboradores. Violações desse princípio podem comprometer o relacionamento profissional dessas pessoas com a organização, sujeitando-as às penalidades compatíveis com a gravidade das ações. Portanto, são nossas obrigações:

1. Obedecer às leis do país, com ênfase às aquelas ligadas à nossa atividade, como a Legislação sobre os Planos de Saúde e o Código de Defesa do Consumidor.
2. Respeitar normas e políticas internas, que contemplem critérios claros de relacionamento entre as áreas, além dos direitos e deveres dos colaboradores.
3. Respeitar o Manual de Intercâmbio, assim como todos os normativos que regem as relações entre as Unimeds. Esses documentos incentivam ações coordenadas e orientadas por objetivos que resultarão em benefícios ao cliente e ao Sistema Unimed.
4. Fazer prevalecer, em situações de conflitos de interesse entre administradores, cooperados, colaboradores e os públicos de relacionamento da organização, os objetivos da cooperativa sobre os pessoais envolvidos.
5. Não usar a instituição ou cargo para obter vantagens pessoais de qualquer natureza.

Proteção ao patrimônio físico, moral e intelectual da Unimed.

Além de cuidar da preservação de seu patrimônio físico, a Unimed tem entre os seus maiores ativos a marca e reputação, sem contar a importância dos procedimentos desenvolvidos internamente, as licenças e concessões, os direitos autorais, entre outros. São nossos deveres:

1. Zelar pela integridade da imagem, do patrimônio e da marca Unimed.
2. Utilizar, como norma geral, os bens que constituem o patrimônio da Unimed somente em assuntos de interesse da organização.
3. Utilizar ou divulgar a marca de acordo com o Guia da Marca Unimed e o Manual de Operacionalização da Marca. Eventuais dúvidas devem ser esclarecidas junto à área de Marketing da Unimed do Brasil, responsável pela sua gestão.
4. Resguardar os interesses e a imagem do Sistema Unimed em entrevistas, artigos ou qualquer outra forma de manifestação pública de caráter pessoal, contribuindo para fortalecer a reputação da organização, assim como a de seus administradores, cooperados e colaboradores.

Relacionamento com os cooperados.

Os cooperados formam os alicerces do Sistema Unimed e, por isso, o bom relacionamento com eles e entre eles é imprescindível para o êxito e perenidade de nossas atividades. Devemos, portanto:

1. Defender os interesses dos cooperados buscando boas condições de trabalho e justa remuneração.
2. Incentivar a participação dos cooperados nas decisões da cooperativa.
3. Prestar aos cooperados orientações e informações claras e confiáveis, de forma transparente, bem como estabelecer um canal de comunicação eficaz para a divulgação de informações sobre a Unimed.
4. Promover programas de ensino continuado, sobretudo os que estimulem a cultura do cooperativismo, a partir de seus princípios básicos.

Valorização do capital humano.

A Unimed reconhece o capital humano como fator-chave para o êxito da organização. Portanto, é fundamental manter equipes preparadas, motivadas e em contínuo processo de aprimoramento profissional. Portanto, devemos:

1. Estimular o trabalho em equipe, com respeito à individualidade e à busca de consenso entre as pessoas.
2. Pautar as relações no ambiente do trabalho pela cortesia e mútuo respeito, sendo que administradores, cooperados e colaboradores devem se empenhar para que entre eles predominem o espírito de equipe, a lealdade, a franqueza e a confiança.
3. Comunicar imediatamente ao superior hierárquico qualquer ato ou omissão que o colaborador julgar contrário aos interesses da Unimed.
4. Procurar o superior imediato, quando o colaborador não se considerar capacitado para executar alguma tarefa, a fim de obter os meios para superar essa limitação.
5. Resguardar a privacidade do colaborador, desde que as suas atitudes não prejudiquem, direta ou indiretamente, a imagem ou os interesses da organização.
6. Não tolerar atitudes de discriminação, qualquer que seja sua origem (idade, gênero, raça, crença, preferência sexual, deficiência ou redução de mobilidade, convicções políticas, etc.), pois a diversidade e um excelente clima de trabalho são valores altamente apreciados pela Unimed.

4º Princípio

Deveres especiais dos cargos de liderança:

7. Estabelecer uma política salarial justa e competitiva com base nos valores de mercado e elaborar normas que assegurem um tratamento equitativo aos colaboradores, independente de sua origem (gênero, raça, etc.).
8. Estimular o desenvolvimento dos colaboradores e o aprimoramento de conhecimentos que permitam o seu contínuo crescimento pessoal e profissional, principalmente no que diz respeito à inovação.
9. Realizar processos de admissão, promoção e mérito pautados, invariavelmente, por competência profissional.
10. Reconhecer e estimular as iniciativas de voluntariado para que se dissemine a cultura de solidariedade e a importância do trabalho em equipe.
11. Usar a autoridade para garantir o êxito de seus subordinados, e jamais para submetê-los a tratamento vexatório ou atentatório à dignidade e ao amor próprio.
12. Fazer o que estiver ao seu alcance para viabilizar a si próprio e à sua equipe um saudável equilíbrio entre vida pessoal e profissional.
13. Não tolerar ou exercer atitudes que configurem qualquer forma de assédio, moral ou sexual, no ambiente do trabalho.

Compromisso com os clientes.

O bom atendimento aos clientes e o oferecimento de serviços com alto padrão de qualidade são aspectos de fundamental importância para a sustentabilidade da organização. Assim sendo, devemos:

1. Atender os clientes com profissionalismo, competência e presteza.
2. Oferecer a todos os clientes um tratamento digno e de respeito aos seus direitos enquanto consumidores.
3. Fornecer todas as informações solicitadas de forma atualizada e transparente, permitindo aos clientes tomarem a melhor decisão nos negócios.
4. Atender o cliente com respostas rápidas e adequadas, mesmo que negativas, às suas solicitações.
5. Ser receptivo às opiniões do cliente e analisá-las para a melhoria do atendimento, dos serviços e dos produtos.
6. Garantir a entrega dos serviços e produtos com alto padrão de qualidade.
7. Tratar as informações recebidas dos clientes de forma confidencial.
8. Ter ciência de que o relacionamento com os clientes deve ser pautado pelo compromisso de satisfação de seus direitos e interesses, desde que em consonância com as diretrizes e com a política de atuação da Unimed.
9. Evitar oferecer tratamento preferencial a quem quer que seja por motivos de ordem pessoal, uma vez que todos os procedimentos devem estar sempre de acordo com as diretrizes éticas e operacionais da Unimed.
10. Assumir com franqueza a responsabilidade por eventuais erros cometidos e buscar soluções que mais convenham aos nossos clientes.

Respeito ao meio ambiente.

Enquanto assistência médica suplementar, a Unimed tem como objetivo a promoção da saúde.

Porém, suas atividades causam impacto ao meio ambiente quando há a geração de resíduos de saúde e a utilização de água, energia e papel no dia-a-dia.

Entendemos, então, ser nosso dever:

1. Incentivar a disseminação e implantação do gerenciamento de resíduos de saúde junto aos nossos recursos próprios e credenciados, assim como seu correto armazenamento e destinação. O "Manual de Gerenciamento de Resíduos de Saúde Unimed" apresenta todas as informações necessárias para essa ação.
2. Respeitar e preservar o meio ambiente, bem como valorizar a biodiversidade.
3. Divulgar e valorizar, dentro e fora das instalações da Unimed, uma cultura de consumo racional e sustentável, a partir de processos simples como reciclagem, coleta seletiva de lixo e uso de água e energia. O manual de "Consumo Consciente Unimed" pode auxiliar na implantação dessas iniciativas.
4. Participar, com entusiasmo e dedicação, de iniciativas ou campanhas internas de esclarecimento e de educação que tenham por objetivo a criação de uma "consciência ambiental", com a finalidade de preservar o meio ambiente para esta e para as futuras gerações.

Uso das informações e dos meios de informática.

A Unimed considera a informação como um ativo de grande valor, que deve ser tratado com responsabilidade.

Além de ser uma poderosa ferramenta mercadológica, a informação privativa da organização influencia, decisivamente, os resultados de nossas atividades, assim como a forma como utilizamos nossos recursos e meios de informática, que devem atender aos interesses do conjunto. Portanto, devemos:

1. Preservar o caráter confidencial das informações a que temos acesso, sejam de natureza comercial, estratégica, tecnológica ou médica, mantendo-as na esfera exclusiva das pessoas envolvidas no processo.
2. Manter o sigilo profissional sendo cuidadosos ao fazer qualquer comentário sobre os negócios ou atividades da organização em lugares públicos.
3. Obter autorização prévia da diretoria para promover palestras, conferências, apresentações, publicações, comentários e qualquer outra forma de comunicação com o público externo, por meio dos quais se exponham conceitos, planos, resultados, estratégias, nome e imagem da Unimed.
4. Desenvolver trabalhos acadêmicos sobre o Sistema Unimed, ou fornecer material e informações para que terceiros o façam, apenas com a autorização e/ou acompanhamento da área responsável pelo assunto e/ou pela área de Comunicação.
5. Utilizar os meios de comunicação da organização - Internet, e-mail e telefone - somente para assuntos que sejam pertinentes ao trabalho, cuidando sempre da segurança da informação.
6. Vetar e não disseminar por qualquer meio, incluindo correio eletrônico e Internet, mensagens que versem assuntos ilegais, pornográficos, racistas e de cunho religioso ou político-partidário.
7. Seguir a Política de Segurança da Informação ou normas e procedimentos que abranjam um conjunto de medidas necessárias à preservação da informação da organização, garantindo a sua confidencialidade, integridade e disponibilidade.

Relacionamentos externos construtivos.

Todos os relacionamentos deverão ter como objetivo central a efetivação de parcerias duráveis e reciprocamente benéficas.

Eles serão sempre ditados pela submissão às leis vigentes no país, à transparência e ao respeito pela reputação e pela dignidade dos parceiros. Para tanto, destacamos a seguir as normas de conduta em nossas relações com:

Unimed

Buscar um relacionamento ativo, de respeito e ajuda mútua, fortalecendo o 6º princípio do cooperativismo que é o de "cooperação entre as cooperativas". Para tanto devemos:

1. Buscar maior sinergia na busca de objetivos comuns.
2. Desenvolver uma cultura de co-responsabilidade pelos resultados do Sistema Unimed.
3. Atender às solicitações das cooperativas e empresas do Complexo Unimed com presteza e agilidade.
4. Respeitar a Constituição Unimed.

Prestadores de Serviços, Fornecedores e Parceiros

1. Efetivar a contratação de fornecedores, prestadores de serviços, assim como as parcerias realizadas com base em critérios técnicos, profissionais, éticos e nas necessidades da Unimed, bem como conduzi-las por meio de processos predeterminados, tais como concorrência, cotação de preços ou critérios eminentemente técnicos, que garantam a melhor relação custo-benefício.

8º Princípio

2. Não realizar negócios com fornecedores de má reputação, norma que é extensiva à rede credenciada de hospitais, clínicas e laboratórios.
3. Praticar uma política de preços justos, de acordo com o mercado e que seja compatível com a qualidade e a quantidade dos produtos ou serviços oferecidos.
4. Não contratar pessoas ou organizações que desrespeitem a legislação do país, particularmente no tocante ao trabalho de crianças e adolescentes, ou que não respeitem as suas obrigações fiscais, tributárias, trabalhistas e previdenciárias.
5. Valorizar a contratação de empresas socialmente responsáveis, comprometidas com o bem-estar de seus colaboradores e com o desenvolvimento sustentável da sociedade e do meio ambiente.

Comunidade

1. Pautar esse relacionamento pelo cumprimento das leis e regulamentos legais vigentes e pelo respeito aos princípios da cidadania.
2. Respeitar a tradição e a identidade cultural das comunidades onde estamos inseridos.

3. Promover a saúde para parcelas cada vez maiores da população, pois assim contribuiremos, decisivamente, para a melhoria da qualidade de vida da sociedade e exerceremos, na plenitude, nossa responsabilidade social.

Mídia

1. Delegar a comunicação das cooperativas aos profissionais da área, assegurando condições para o eficaz atendimento da mídia e cuidando para que a imagem da Unimed se apresente de forma unificada.
2. Tornar visível o forte comprometimento da cooperativa com a opinião pública e a sociedade.
3. Utilizar a ferramenta da comunicação para oferecer ao público subsídios e informações que contribuam para construir uma imagem positiva da cooperativa, que obviamente precisa estar alicerçada na realidade, representada por bons serviços e produtos, preço justo e atendimento digno.
4. Priorizar nas relações com a imprensa as orientações abaixo:
 - 4.1. Desenvolver atividades relacionadas ao atendimento à imprensa, seguindo

Relacionamentos externos construtivos.

as recomendações dos Manuais de Comunicação do Sistema Unimed, disponíveis na Agência Unimed de Notícias, e/ou política de comunicação interna da cooperativa.

4.2. Manter a credibilidade junto à imprensa e ao leitor, fornecendo informações com transparência e prontidão (estrategicamente dosadas), consistência e firmeza, estando imediatamente presente em momentos críticos e dando atenção aos compromissos assumidos com jornalistas.

4.3. Manter atitude independente e respeitosa no relacionamento com a imprensa.

4.4. Fazer com que informações claras e oportunas de fatos relevantes sejam prestadas à imprensa e ao público em geral por diretores e/ou colaboradores da cooperativa, devidamente preparados para serem seus porta-vozes.

4.5. Opor-se à exigência, junto às empresas de comunicação - como jornais e canais de televisão ou rádio -, de espaços de divulgação em troca de eventual publicação de anúncios da Unimed.

4.6. Enviar brindes às redações em datas ou divulgações especiais apenas com

a autorização da área de Comunicação, que o permitirá ou fará estritamente com base em critérios jornalísticos.

4.7. Esforçar-se para encarar tanto os fatos positivos como os negativos da cooperativa, do ponto de vista de comunicação mercadológica, como oportunidades de reforço da imagem.

Governo, Órgãos Governamentais, Setor Público e Partidos Políticos

1. Apoiar políticas e práticas públicas regidas por princípios éticos, que promovam o cooperativismo, o desenvolvimento e o bem-estar social e não adotar, com relação ao setor público, qualquer iniciativa que possa ser interpretada como tráfico de influência.

2. Analisar a participação do Sistema Unimed no processo eleitoral, prevista em lei, e exercê-la desde que a legislação eleitoral seja rigorosamente cumprida, em conformidade com as normas internas, e que sejam respeitadas as opiniões individuais dos colaboradores.

3. Buscar no relacionamento com os órgãos reguladores das nossas atividades o atendimento das normas vigentes

8º Princípio

e a preservação dos direitos e interesses dos clientes e do Sistema Unimed. Qualquer orientação a respeito deve ser obtida junto à área jurídica.

Sindicatos e Associações de Classe

1. Manter uma relação de respeito e apoiar as iniciativas de melhoria na qualidade de vida e benefícios dos colaboradores e seus familiares.
2. Reconhecer a legitimidade de sindicatos e associações de classe e não praticar qualquer forma de discriminação contra os colaboradores que a eles se filiem.
3. Respeitar os aspectos legais e os direitos individuais referentes à obrigatoriedade de contribuições junto aos sindicatos e associações de classe.

Concorrentes

1. Manter um relacionamento respeitoso com a concorrência, reconhecendo que a sua existência serve como estímulo aos nossos esforços de inovação e aperfeiçoamento de práticas e produtos.

2. Obter informações sobre a concorrência de maneira lícita e transparente, vedada qualquer forma de espionagem.
3. Participar de iniciativas de organizações concorrentes, que sejam de interesse da saúde pública e benéficas aos clientes e à comunidade em geral.
4. Considerar que a disputa pelo cliente é uma prática normal na atividade das empresas e que não há razão para retaliações nos casos de êxito do concorrente.

Aplicação e gerenciamento do código de conduta

Esse Código de Conduta Profissional Unimed deve ser uma referência para a conduta pessoal e profissional nos relacionamentos interno e externo dos administradores, cooperados e colaboradores. É estendida às diretorias e aos cargos de liderança a atribuição de divulgá-lo amplamente aos públicos de interesse da Unimed e zelar pelo seu cumprimento.

O gerenciamento deve ser de responsabilidade de um Comitê de Conduta, constituído em cada Unimed com a finalidade de analisar e opinar sobre as violações, bem como de promover a sua divulgação, revisão e atualização periódica. O "Regimento do Comitê de Conduta" pode ser utilizado como um norteador para a constituição do Comitê.

Informações, dúvidas e sugestões devem ser enviadas para o e-mail
codigodeconduta@cfed.unimed.com.br

Glossário

Assédio moral:

conduta abusiva que exponha o trabalhador a situações humilhantes e constrangedoras.

Biodiversidade:

é a totalidade dos genes, espécies e ecossistemas de uma região.

Cidadania:

uso dos direitos civis e políticos do indivíduo em um Estado, com simultânea responsabilidade pela proteção dos direitos dos demais cidadãos. Aplica-se, por extensão, às empresas, para definir um relacionamento ético e construtivo com a sociedade.

Código de Conduta Profissional:

guia de orientação para o colaborador em todos os seus relacionamentos internos e externos. O Código deve materializar os princípios éticos e os valores da Organização.

Código de Defesa do Consumidor:

Lei 8.078, de 11.09.90.

Conflitos de interesses:

situações em que o interesse de uma pessoa colide com os objetivos do grupo ou da empresa.

Constituição Unimed:

é o instrumento contratual de fixação de conceitos, princípios e normas operacionais do Sistema Cooperativo Unimed e de direitos e deveres de seus integrantes.

Consumo sustentável:

saber usar os recursos naturais para satisfazer as nossas necessidades, sem comprometer as necessidades e aspirações das gerações futuras.

Cooperativa:

associação autônoma de pessoas que se unem voluntariamente para realizar objetivos econômicos, sociais ou culturais comuns, por meio de organização administrada e controlada democraticamente (OCB).

Cooperativismo (princípios):

Adesão Livre e Voluntária
Controle Democrático pelos Sócios
Participação Econômica dos Sócios
Autonomia e Independência
Educação, Treinamento e Informação
Cooperação entre Cooperativas
Preocupação com a Comunidade

Cultura organizacional:

conjunto de idéias e padrões de comportamento que caracterizam uma determinada organização.

Glossário

Direitos autorais:

direitos exclusivos assegurados ao autor de obra literária, artística ou científica.

Diversidade:

multiplicidade de pessoas de diferentes raças, origens, idades, crenças, etc.

Ética:

"Teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade." (A. C. Vasquez)

Imprensa:

designação coletiva dos veículos de comunicação que exercem o jornalismo e outras funções de comunicação informativa, em contraste com a comunicação puramente propagandística ou de entretenimento.

Legislação do país:

as leis que, no Brasil, definem os direitos e deveres dos cidadãos e das organizações.

Legislação eleitoral:

leis específicas que disciplinam a prática da democracia, por meio do direito de voto.

Manual de Gerenciamento dos Resíduos de Serviços de Saúde:

instrumento informador e orientador para a implantação de uma Política de Gerenciamento

de Resíduos de Serviços de Saúde. Além disso, esse documento busca divulgar procedimentos que visam à redução dos riscos à saúde do trabalhador, à saúde pública e à preservação do meio ambiente, provenientes do incorreto manuseio, armazenamento, transporte e destinação final dos resíduos.

Manual de Intercâmbio:

tem a finalidade de estabelecer normas, regras e diretrizes, que norteiam o Intercâmbio Nacional entre as Unimeds associadas à Unimed do Brasil e à Central Nacional Unimed, consolidando a integração e a harmonia operacional entre elas.

Mídia:

termo utilizado para designar os veículos de comunicação, no seu conjunto ou em particular.

Moral:

"Conjunto de normas de comportamento aceitas conscientemente por toda a sociedade." (A. C. Vasquez)

Política de segurança:

conjunto de regras, normas e padronizações que tem como objetivo proteger as informações de diversos tipos de ameaças, por meio da preservação da confidencialidade, integridade e disponibilidade das informações da empresa.

Princípios:

crenças e valores que orientam a conduta moral.

Públicos de interesse:

são aqueles impactados pelas atividades da organização.

Resíduos de saúde:

são os resíduos resultantes das atividades exercidas por estabelecimentos prestadores de serviços de saúde humana e animal, como hospitais, postos de saúde, clínicas médicas, odontológicas, veterinárias, laboratórios, farmácias, dentre outros.

Responsabilidade social:

forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. (Instituto Ethos)

Valores:

ideais, normas ou traços culturais cuja importância é decisiva em nossos processos de escolha.

Unimed do Brasil

Diretoria Executiva

Celso Corrêa de Barros
Luiz Carlos M. Palmquist
Thyrson Loureiro de Almeida
Almir Adir Gentil
João Batista Caetano
João Mairton Pereira de Lucena
Sizenando da Silva Campos Jr.

Diretor Presidente
Diretor de Administração e Estratégia
Diretor Financeiro
Diretor de Marketing e Desenvolvimento
Diretor de Integração Cooperativista
Diretor de Desenvolvimento Regional
Diretor de Desenvolvimento Regional

Conselho Confederativo

Federação Intra Regional Sul de Minas: Clímênia Z. Del-Fraro Rabelo
Federação Pernambucana: Maria de Lourdes Correa de Araújo
Federação Distrito Federal e Região Metropolitana: Antonio Carlos Pires Miletto
Federação Intra Regional Leste Nordeste de Minas Gerais: Arcênio Coelho Mendonça
Federação Paraíba: Aucélio de Melo Gusmão
Federação Equatorial: Carlos Alberto Barreto de Mendonça
Federação Santa Catarina: Dalmo Claro de Oliveira
Federação Intrafederativa Nordeste Paulista: Domingos Silva Lavecchia
Federação Intra Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba: Ely Severino de Resende
Federação Intra Inconfidência Mineira: Emerson Fidelis Campos
Federação Minas Gerais: Emerson Fidelis Campos
Federação Rio de Janeiro: Euclides Malta Carpi
Federação das Unimeds do Estado de São Paulo: Eudes de Freitas Aquino
Federação Espírito Santo: Gerson Thomé Marino
Federação Mato Grosso: Joaquim Martins Spadoni
Federação Goiás e Tocantins: José Abel Alcanfor Ximenes
Federação Bahia: Maurô Muiños de Andrade
Central Nacional Unimed: Mohamad Akf
Federação Intrafederativa Sudeste Paulista: Nestor Biscardi
Federação Rio Grande do Sul e Unimed Mercosul: Nilson Luiz May
Federação Intrafederativa Oeste Paulista: Norival Scandela
Federação Paraná: Orestes Barrozo Medeiros Pullin
Confederação Centro-Oeste e Tocantins: Paulo Roberto Insfran
Federação Intrafederativa Centro-Oeste Paulista: Pércles Taqueshi Otani
Federação das Unimeds do Vale do Paraíba: Reinaldo Antonio M. Barbosa
Federação Intra Regional da Zona da Mata Mineira: Ricardo José Caetano de Souza
Federação Alagoas: Robson Jorge de Lima
Federação Pernambuco: Ronaldo Paes Barreto
Federação Mato Grosso do Sul: Valdmário Rodrigues Júnior
Federação Intrafederativa Centro Paulista: Waldemar D'Ambrosio Filho

Fundação Unimed

Órgão Executivo

Dr. Almir Adir Gentil
Dr. Luiz Carlos Lopes Moreira
Dr. Ricardo Vidigal Paolucci

Presidente Executivo - Executivo de Desenvolvimento e Responsabilidade Social
Executivo Administrativo Financeiro
Executivo de Educação Corporativa

Conselho de Curadores

Presidente: Luiz Carlos Misurelli Palmquist - Unimed do Brasil
Vice-Presidente: Euclides Molta Carpi - Federação Rio de Janeiro

Federação Rio Grande do Sul: Nilson Luiz May
Federação Paraná: Orestes Barrozo M. Pullin
Federação São Paulo: Francisco Carlos Missé
Federação Espírito Santo: Gerson Thomé Marino
Federação Bahia: Mauro Muiños de Andrade
Federação Mato Grosso: Joaquim Martins Spadoni
Federação Equatorial: Carlos Alberto Barreto de Mendonça
Uniodonto do Brasil: Maud Nogueira Fragoas
Unicred do Brasil: Denise Damian
Central Nacional Unimed: Mohamad Akl
Unimed Seguradora: Dalmo Claro de Oliveira
Usimed do Brasil: João Sobreira Moreira Neto

Comissão Institucional Unimed

Unimed do Brasil
Central Nacional Unimed
Central Nacional Unimed
Espírito Santo
Espírito Santo
Fundação Unimed
Fundação Unimed
Goiânia
Goiânia
Mercosul
Minas Gerais
Minas Gerais
Rio de Janeiro
Rio de Janeiro
São Paulo
São Paulo
São Paulo
Seguradora
Seguradora

Almir Adir Gentil
Katia Okumura Oliveira
Mohamad Akl
Alexandre Augusto Ruschi Filho
Ana Paula do Val
Ricardo Vidigal Paolucci
Silvana Leal
Juliana Saad C. Machado
Sergio Baiocchi
Nilson Fernando Dörl
Hugo Campos Borges
Vanessa Colini
Eduardo Augusto Bordallo
Herval da Costa Bezerra Junior
Ciro da Silva Monteiro
Edmilson R. de Souza
Luis Antonio Adamson
Henrique João Dias
Rafael Moliterno Neto

Cooperativas que participaram com sugestões

Central Nacional Unimed
Escritório Regional de Brasília
Federação do Estado da Paraíba
Federação do Estado de Santa Catarina
Federação do Estado de São Paulo
Federação do Estado do Paraná
Federação do Estado do Rio de Janeiro
Federação do Estado do Rio Grande do Sul
Federação Interfederativa do Estado de Minas Gerais
Federação Intrafederativa do Triângulo Mineiro e Alto do Paranaíba
Fundação Unimed
Unimed Administração e Serviços
Unimed Agreste Meridional
Unimed Alegrete
Unimed Alfenas
Unimed Alto Irani
Unimed Alto Jacuí
Unimed Alto Oeste Potiguar
Unimed Alto Vale
Unimed Amparo
Unimed Apucarana
Unimed Araguaína
Unimed Araguaçu
Unimed Araraquara
Unimed Araras
Unimed Belém
Unimed Belo Horizonte
Unimed Birigui
Unimed Blumenau
Unimed Botucatu
Unimed Brasília
Unimed Brusque
Unimed Caçador
Unimed Campinas
Unimed Campos

Unimed Canoinhas
Unimed Cascavel
Unimed Catalão
Unimed Centro - RS
Unimed Centro Paulista
Unimed Centro-Oeste Paulista
Unimed Chapecó
Unimed Circuito das Águas
Unimed Costa Oeste
Unimed Curitiba
Unimed do Brasil
Unimed Erechim
Unimed Extremo Oeste Catarinense
Unimed Extremo Sul
Unimed Florianópolis
Unimed Fortaleza
Unimed Goiânia
Unimed Guaxupé
Unimed Ibitinga
Unimed Imperatriz
Unimed Inconfidentes
Unimed Itabira
Unimed Itapetininga
Unimed Itapeva
Unimed Itaúna
Unimed Ituiutaba
Unimed João Monlevade
Unimed João Pessoa
Unimed Juiz de Fora
Unimed Leste Paulista
Unimed Lins
Unimed Litoral
Unimed Londrina
Unimed Marília
Unimed Natal
Unimed Nordeste Paulista

Cooperativas que participaram com sugestões

Unimed Noroeste do Paraná

Unimed Norte Capixaba

Unimed Norte Pioneiro

Unimed Nova Iguaçu

Unimed Oeste Paulista

Unimed Ourinhos

Unimed Paranavaí

Unimed Pato Branco

Unimed Patos de Minas

Unimed Paulistana

Unimed Pedro Leopoldo

Unimed Pelotas

Unimed Piracicaba

Unimed Piraqueçu

Unimed Planalto Médio

Unimed Planalto Norte

Unimed Poços de Caldas

Unimed Ponta Grossa

Unimed Porto Alegre

Unimed Regional de Jaú

Unimed Regional de Picos

Unimed Regional Maringá

Unimed Regional Sul de Goiás

Unimed Registro

Unimed Resende

Unimed Rio

Unimed Rondônia

Unimed Salvador

Unimed Santa Bárbara d'Oeste e Americana

Unimed Santo Antônio de Jesus

Unimed Santos

Unimed São Carlos

Unimed São José do Rio Preto

Unimed São José dos Campos

Unimed São Roque

Unimed São Sebastião do Paraíso

Unimed Seguros

Unimed Senhor do Bonfim

Unimed Sergipe

Unimed Serra Geral

Unimed Sertão Central

Unimed Sete Lagoas

Unimed Sorocaba

Unimed Sudoeste de Minas

Unimed Sul Capixaba

Unimed Sul Mineira

Unimed Teresópolis

Unimed Três Pontas

Unimed Três Vales

Unimed Tubarão

Unimed Ubá

Unimed Vale das Antas

Unimed Vale do Paraíba

Unimed Valé do Sepotuba

Unimed Vale do Sinos

Unimed Vale do Urucuia

Unimed Vales do Taquari e Rio Pardo

Unimed Varginha

Unimed Vera Cruz

Unimed Vertente do Caparaó

Unimed Videira

Unimed Vitória

Unimed Volta Redonda

Unimed Votuporanga

Coordenação e execução

Coordenação Geral:

Almir Adir Gentil

Gerência Executiva:

Luiz Eduardo Perez

Coordenação do Projeto / Desenvolvimento:

Marcelo de Menezes, Adriana Perroni Ballerini e Maria Antonia Marcon dos Santos

Apoio:

Ana Paula Rodrigues

Coordenação / Desenvolvimento / Tabulação de Pesquisa:

José Carlos de Barros e Equipe de Informações Estratégicas

Revisão:

Cristiane Melitto Valério e Bianca Rodrigues Moura

Coordenação do Projeto Gráfico:

Stephan Duailibi Younes, Marina Yoshida, Fabio Augusto Borges de Oliveira

Assessoria / Desenvolvimento:

Lélio Lauretti

Tiragem: 2.000 exemplares

Outubro/2006

Esta é uma ação da Comissão Institucional Unimed subsidiada pelo FIU.

Agradecimento geral

Nossos agradecimentos a todas as cooperativas e aos colaboradores que, direta ou indiretamente, participaram da elaboração deste importante Código de Conduta Profissional.

ANEXO B**MANUAL DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA UNIMED DO BRASIL**



Unimed do Brasil

Confederação Nacional das Cooperativas Médicas

Alameda Santos, 1.827 - 15º andar - 01419-909 - São Paulo - SP

Fone: (11) 3265-9748 / 9747

www.fundacaounimed.com.br

www.unimed.com.br



*Programa de
Responsabilidade Social
eticamente correto da
Unimed do Brasil*



COMO IMPLANTAR

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| APRESENTAÇÃO | 03 |
| MENSAGEM DO PRESIDENTE..... | 05 |
| MENSAGEM DO PRESIDENTE DO CONSELHO DE CURADORES DA FUNDAÇÃO UNIMED.. | 06 |
| MENSAGEM DO DIRETOR DE MARKETING E DESENVOLVIMENTO | 07 |
| REDE SISTÊMICA | 08 |
| CRIANDO A ESTRUTURA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL COOPERATIVISTA | 09 |
| POR QUE VALE A PENA IMPLANTAR UM PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL? | 11 |
| MISSÃO E VISÃO..... | 12 |
| OBJETIVOS..... | 12 |
| OS CLIENTES (OU BENEFICIÁRIOS)..... | 13 |
| OS PASSOS DA ESTRUTURAÇÃO | 15 |
| COMO IMPLEMENTAR A PRÁTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA UNIMED BRASIL | 20 |
| ITENS PARA SE ELABORAR UM PROJETO SOCIAL | 35 |
| INDICADORES PARA MONITORAR A IMPLANTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA COOPERATIVA..... | 37 |
| AÇÕES..... | 37 |
| BALANÇO SOCIAL..... | 45 |
| REFERÊNCIAS E FONTES BIBLIOGRÁFICAS | 52 |

APRESENTAÇÃO

A prática da Responsabilidade Social Empresarial começou a ser difundida com maior frequência no Brasil a partir de 1995, embora seja antiga em países desenvolvidos. Hoje é vista como parte da estratégia de negócio, do diferencial competitivo e da missão organizacional das empresas.

A cada dia se constrói um novo mundo, em que as transferências de experiências de cada setor irão, em um futuro não distante, alcançar o equilíbrio que terão obrigatoriamente como fluídos permanentes das redes sociais: o meio ambiente, a igualdade de direitos, o acesso universal às mesmas oportunidades e a solidariedade.

Para as Unimeds, faz-se premente uma abordagem que, inserida nos princípios da filosofia cooperativista, possa estar alicerçada em eixos de atuação que viabilizem o desenvolvimento sustentável, sendo o próprio cooperativismo um excelente modelo de economia solidária.

De maneira objetiva, a construção de um novo mundo pressupõe uma profunda mudança na orientação das organizações, tanto do mercado quanto estatais e da sociedade civil.

Para o Sistema Unimed, a Responsabilidade Social tem uma característica diferente: tratar a saúde como objetivo a ser alcançado, que a constituição da Organização Mundial de Saúde (OMS) define como um "estado de completo bem estar físico, mental e social, e não somente à ausência de infecções e enfermidades".

Assim, a manutenção, prevenção e promoção da saúde estão intimamente relacionadas à qualidade de vida das pessoas. Sob outra perspectiva, a humanização do atendimento médico e o acesso à saúde para as camadas menos favorecidas é um desafio e tanto. Principalmente, quando temos o dever de tratar o cooperativismo de maneira exógena, contaminando as outras áreas e gerando uma grande rede cooperativa mundial, que possibilite uma democratização da produção de riquezas.

Cabe às Unimeds fazerem o seu papel de agentes transformadores - que têm como valor maior o ser humano e a ética -, contribuindo para a construção da cooperação universal.

COMPOSIÇÃO DIRETORIA DA UNIMED DO BRASIL

Dr. Celso Corrêa de Barros - Presidente
Dr. Almir Adir Gentil - Diretor de Marketing e Desenvolvimento
Dr. João Batista Caetano - Diretor de Integração Cooperativista
Dr. Arnaldo Silvestre Mallmann - Diretor de Administração e Estratégia

COMPOSIÇÃO DIRETORIA DA FUNDAÇÃO UNIMED

Dr. Celso Corrêa de Barros - Presidente Executivo
Dr. Luiz Carlos Lopes Moreira - Executivo Administrativo Financeiro
Dr. Sérgio Augusto Triginelli - Executivo de Educação Cooperativista
Dr. Almir Adir Gentil - Executivo de Desenvolvimento e RS
Dr. Luiz Carlos Misurelli Palmquist - Presidente do Conselho de Curadores
Luiz Eduardo Barreto Perez - Superintendente

MEMBROS DO CONSELHO DE CURADORES DA FUNDAÇÃO UNIMED

Presidente do Conselho: Dr. Luiz Carlos Misurelli Palmquist

Vice-presidência: Antônio Fernandes Ventura

Curadores: Dr. Nelson Machado de Lima - Federação Equatorial
Dr. João Batista Caetano - Federação MG
Dr. Mauro Moíños de Andrade - Federação BA
Dr. Dalmo Claro de Oliveira - Federação SC
Dr. Gerson Tomé Marino - Federação ES
Dr. Luiz Carlos Misurelli Palmquist - Federação PR e Mercosul
Dr. Dagoberto José da Silva - Federação RJ
Dr. Nilson Luiz May - Federação RS
Dr. Rafael Moliterno Neto - Federação Bandeirantes
Dr. Maud Nogueira Fragoas - Uniodonto do Brasil
Dr. Jorge Roberto Cantergi - Unimed Seguradora
Dr. José Carlos Servilha - Usimed do Brasil
Dr. Antônio Fernandes Ventura - Unicred do Brasil

MEMBROS DA COMISSÃO INSTITUCIONAL UNIMED

Sra. Leonir Zacarias de Souza - Mercosul
Dr. Walmoré P. Siqueira Jr. - Mercosul
Dr. Maurício Viggiano - Goiânia
Dr. Wagner Morandini - São Paulo
Sra. Silvana Scarpino - São Paulo
Dr. Eduardo Augusto Bordallo - Rio de Janeiro/Espírito Santo
Sr. Herval da Costa Bezerra Júnior - Rio de Janeiro/Espírito Santo
Dr. Ricardo Vidigal Paulucci - Minas Gerais
Sra. Melvira Cassini - Minas Gerais
Dr. Rafael Moliterno Neto - Unimed Seguradora
Dr. Mohamad Akl - Central Nacional Unimed
Dr. Marco Aurélio Menegaz - Central Nacional Unimed
Dr. Almir Adir Gentil - Unimed do Brasil
Sra. Maria do Carmo Scervino Cardoso - Unimed do Brasil

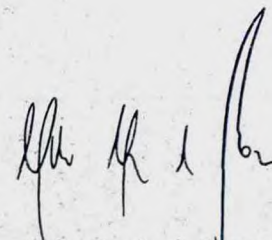
MENSAGEM DO PRESIDENTE

O Sistema Unimed tem uma rica tradição de envolvimento com a sociedade. Grande parte das nossas cooperativas mantém vínculos estreitos com as comunidades onde estão instaladas, a ponto de se tornarem uma referência importante para o bem estar dos cidadãos.

Agir de maneira socialmente responsável é obrigação de todos, mas com certeza as cooperativas médicas são mais vocacionadas para esse comportamento. Está na raiz da nossa profissão agir com vistas ao bem comum.

A Unimed do Brasil, consciente de seu papel catalizador de iniciativas que busquem o aprimoramento do ser humano, está decidida a empenhar-se na difusão de conceitos e modelos de participação socialmente responsável por suas filiadas.

Este Manual faz parte desse esforço, e traduz nossa esperança de construir um país mais justo e melhor atendido em suas necessidades de desenvolvimento social.



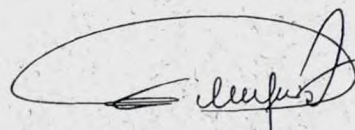
Celso Corrêa de Barros
Presidente da Unimed do Brasil

MENSAGEM DO PRESIDENTE DO CONSELHO DE CURADORES DA FUNDAÇÃO UNIMED

De tempos em tempos, algumas expressões, de tanto serem usadas, perdem seu sentido original e a força do seu real significado. E muitas delas passam a ser usadas sem o compromisso com seu propósito inicial. A excessiva utilização dos termos "responsabilidade social" e "empresa cidadã", inclusive por quem desconhece totalmente seu significado, tende a desgastar a força da expressão.

Posição diametralmente oposta tem tomado as Unimeds ao tratar sua relação com a comunidade onde estão inseridas. Pelo vazo próprio do cooperativismo, temos realizado ações visando atender às demandas e necessidades tanto dos funcionários, dos cooperados, bem como da comunidade aonde nos integramos. O resultado é o fortalecimento dos laços que integram o cooperativismo médico na comunidade.

Este Manual de Responsabilidade Social deve ser recebido como um serviço prestado pela Unimed do Brasil e pela Fundação Unimed a todas as cooperativas, visando disciplinar, padronizar e dar eficiência as ações tomadas tanto em conjunto como individualmente. Vem em boa hora, ensinar-nos que estas ações devem fazer parte de um programa permanente de trabalho, e que seus resultados devem ser acompanhados e quantificados, para que possam balizar as necessárias ações subseqüentes.



Luiz Carlos M. Palmquist
Presidente do Conselho de
Curadores da Fundação Unimed

MENSAGEM DO DIRETOR DE MARKETING E DESENVOLVIMENTO

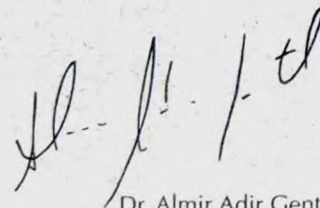
A moderna compreensão do que seja Responsabilidade Social reparte com o cooperativismo de trabalho promovido pela Unimed um fundamento comum, o solidarismo. Na raiz do movimento unimediano reside a preocupação em atuar de forma ativa para o bem estar das comunidades onde se instala, gerando riqueza social, trabalho digno e qualidade de vida.

As cooperativas médicas, presentes em mais de 80% do território nacional, têm um compromisso permanente com as populações à sua volta. Agente econômico importante, com papel social claramente definido, a Unimed é uma eterna promotora de práticas éticas e morais que reforçam seu engajamento na cidadania solidária.

→ Este Manual, ao apresentar a política de Responsabilidade Social Unimed, propõe-se a contribuir para essa imbricação ainda maior com a malha social. Através dele, se poderá acompanhar de maneira organizada as ações cidadãs e aferir seus resultados de acordo com critérios de avaliação precisos, capazes de em curto prazo fornecer subsídios para o efetivo balanço social de nossa organização.

Trata-se de um trabalho sintonizado com as melhores práticas e fundamentações filosóficas que norteiam a função social das empresas eticamente comprometidas, e surge com o apoio objetivo da Comissão Institucional Unimed e da Fundação Unimed, braços do Sistema Unimed profundamente envolvidos com o desenvolvimento de políticas de Responsabilidade Social.

A Unimed é cidadã exemplar, e este Manual pode se constituir em sua declaração pública de compromisso com o desenvolvimento de uma sociedade mais igualitária e solidária.



Dr. Almir Adir Gentil
Diretor de Marketing e Desenvolvimento da
Unimed do Brasil - Executivo de Responsabilidade
Social da Fundação Unimed

REDE SISTÊMICA



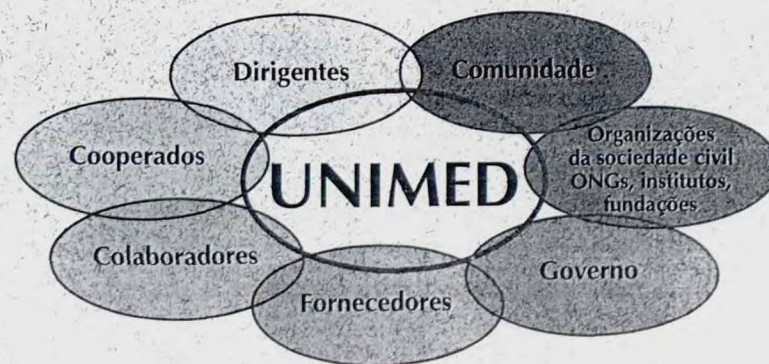
CRIANDO A ESTRUTURA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL COOPERATIVISTA

São várias as formas de conduzir as cooperativas médicas e o nosso país a um novo tipo de comunidade. Para que possamos viver com uma melhor qualidade de vida, inúmeros são os aspectos a serem tratados. A Responsabilidade Social é uma forma de gestão, de relacionamento ético com todos os públicos que interagem com a cooperativa, no âmbito interno e externo.

Muitas Unimed confunde ação social com um programa de responsabilidade social. Também, fazem confusão entre projetos sociais e ações sociais para seus clientes, como, por exemplo, caminhada da 3ª idade e patrocínio a algum clube de futebol. Essa prática, que mistura conceitos e técnicas diversas, vem de uma concepção antiga, ligada à filantropia - em que as empresas doam sem saber muito a quem e sem medir o impacto e os resultados - ou ao marketing. Como não se tem nem uma política de doações, a ação social e o marketing são muitas vezes colocados no mesmo pacote, sem as devidas precauções, o que pode causar danos para a imagem da Unimed e uma imensa confusão na cabeça das pessoas.

A ação social é uma prática geralmente pontual, em alguma data comemorativa, e que pode envolver os mais diversos públicos da Unimed, como uma caminhada para os clientes da 3ª idade, uma doação para alguma instituição filantrópica, um apoio a algum esportista, dentre outros exemplos.

Como ressaltamos anteriormente, a Responsabilidade Social é uma maneira de gerir a cooperativa, com base na ética e em valores humanos. Assim, está diretamente ligada à filosofia e à forma de gerir o relacionamento da Unimed com seus diversos públicos, interno e externo (vide figura):



Conclui-se, portanto, que a Responsabilidade Social engloba a ação social direcionada aos mais diversos públicos, sejam clientes, como os que estão na “melhor idade”, ou familiares de colaboradores.

A grande novidade é que é gerida estrategicamente, com orçamento previsto e incorporado no planejamento de gestão. Passa-se, então, da antiga filantropia (em que eram doados recursos sem nenhum planejamento) para o investimento social, com objetivos claros a serem alcançados, participação e envolvimento da cooperativa na elaboração e execução dos projetos, monitoramento dos impactos e avaliação constante da ação.

Importante lembrar que a Unimed possui diferentes objetivos que podem ser divididos em dois grupos:

objetivos sociais: como melhorar a qualidade de vida da comunidade próxima, financiar ajuda a uma ONG, contribuir e incentivar pesquisa científica para uma doença específica;

objetivos corporativos: fidelizar clientes e aumentar as vendas dos planos de saúde, a notoriedade pública, a satisfação e fidelidade de seus colaboradores, bem como a qualidade de seus produtos.

POR QUE VALE A PENA IMPLANTAR UM PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL?

A “grande sacada” da responsabilidade social é justamente fazer a união de objetivos, em que um programa bem estruturado traz o fortalecimento da comunidade e da cooperativa, com retorno de capital humano (investimento social) e econômico, com desenvolvimento sustentável (fortalecimento da marca, retorno de mídia, visibilidade, não agressão ao meio ambiente etc.).

Hoje, a responsabilidade social faz parte do desenvolvimento do negócio, da estratégia competitiva e de marketing. É ela que agrega valor à Unimed, ao promover a qualidade de vida, a saúde e o envolvimento comunitário.

Assim, o cliente vê a Unimed não mais como um simples plano de saúde e sim como uma cooperativa que faz parte da comunidade, se preocupa com seus membros e ajuda a promover seu desenvolvimento.

Por sua vez, o cooperado que enxergava a cooperativa como um convênio, começa a participar de maneira ativa da Unimed, pois ela abre espaço para sua colaboração na gestão e na prática social, contribuindo para o desenvolvimento do seu negócio e da sua comunidade, o que, fatalmente, irá também diferenciá-lo no mercado.

Já o colaborador passa realmente a “vestir a camisa Unimed”, pois sente orgulho em trabalhar em uma cooperativa cidadã que: promove o seu aprimoramento, incentiva o seu trabalho voluntário, dá oportunidades para que possa usar a sua criatividade em benefício comum, importa-se com sua família, visto que tem em si esse mesmo espírito. Vale ressaltar ainda que no desenvolvimento da responsabilidade social interna, o colaborador pode desenvolver habilidades no trabalho voluntário e aplicá-las na Unimed, melhorando a produtividade, o clima organizacional e o ambiente de trabalho.

Os ganhos são enormes, atingindo todos os setores da cooperativa, qualquer que seja seu porte. Não importa a quantidade de recurso, mas sim o planejamento, envolvimento dos participantes e determinação para se alcançar os objetivos. Os benefícios serão sentidos diariamente, na alegria em se promover o bem comum e no êxito da Unimed.

Alguns pontos de reflexão para se definir o programa

Os primeiros pontos a serem tratados para preparar as Unimeds são os que dizem respeito à sua organização e estrutura, que são alicerçadas na doutrina cooperativista, tornando-as diferentes de qualquer outra empresa de mercado.

A MISSÃO

Por que a cooperativa faz o que faz, a razão dela existir, o propósito da organização. A missão da cooperativa informa pelo que, no fim, ela deseja ser lembrada.

Ex: “Promover a saúde de nossos clientes e colaboradores, divulgando os valores do cooperativismo e da solidariedade para a comunidade”

A VISÃO

Exprime o que a cooperativa vislumbra de seu futuro, o que ela quer se tornar. Aqui lembramos aquela antiga pergunta: “Para que serve a Utopia?”

Ex: “Ser excelência em planos de saúde, na cooperação e na responsabilidade social cooperativista”

OBJETIVOS

Objetivo Geral (Metas)

É o agrupamento de três a cinco objetivos que vão delinear a direção fundamental e de longo alcance da cooperativa.

Objetivos Específicos

Níveis específicos e mensuráveis de realização e transformação social.

OS CLIENTES (OU BENEFICIÁRIOS)

São aqueles que devem ser satisfeitos para que a cooperativa alcance resultados.

O cliente primário é o beneficiário final do trabalho, aquele cuja vida é transformada, por exemplo: crianças em internação nos hospitais.

O cliente secundário são os voluntários, cooperados, colaboradores, parceiros, fontes de referência e outros que devem sentir-se satisfeitos com o trabalho.

Valor para o cliente

É aquilo que satisfaz as necessidades do beneficiário, sejam elas relacionadas ao bem estar físico, social e mental; seus desejos, que remetem a onde, quando e como o serviço é prestado, e as aspirações, que são os resultados almejados a longo prazo.

O esforço nesta etapa está em se colocar no lugar do beneficiário e contar com sua participação ao elaborar o projeto, a fim de garantir sua satisfação na implantação e obter resultados por meio de ações que vão ao encontro das necessidades da comunidade.

Alguns pontos chave:

É importante conhecer os líderes comunitários e chamá-los para reuniões na elaboração dos projetos. Eles serão a ponte e o “termômetro” entre a comunidade e o projeto.

Muitas vezes a nossa percepção é baseada em uma vivência distante da realidade da comunidade, e, presunçosamente, achamos que temos razão em uma série de coisas. Cautela e humildade são partes essenciais da responsabilidade social.

Resultados

É o resultado final da cooperativa na área de responsabilidade social, que pode ser medido pelo número de “vidas transformadas”, tanto no ambiente interno quanto no externo, em termos de comportamento, saúde, educação, esperança e capacidade das pessoas. Os resultados acontecem nos dois ambientes, já que se refletem mutuamente.

O monitoramento dos resultados é medido por uma série de indicadores, que ajudam a mensurar o retorno do investimento social, como por exemplo:

- ✓ Quantidade de pessoas que foram atendidas;
- ✓ Quantidade de matérias que foram publicadas espontaneamente na mídia;
- ✓ Se antes a cooperativa sofria com processos judiciais pelas mais diferentes causas, como estão o número de novos processos e quais as decisões depois da implantação do programa de responsabilidade social;
- ✓ O grau de envolvimento e satisfação do colaborador;
- ✓ O nível de dupla militância e engajamento dos cooperados;
- ✓ Aumento de participação em encontros e eventos destinados aos cooperados;
- ✓ Aumento de vendas de planos de saúde;
- ✓ Reconhecimento público e da comunidade (convites para palestras, menções honrosas, títulos concedidos, prêmios);
- ✓ O relacionamento com as co-irmãs, em questões de cooperação, intercâmbio etc..

OS PASSOS DA ESTRUTURAÇÃO

1. Visão e Missão

1. A declaração de missão deve ser curta e possuir foco direcionado. Ela precisa dizer porquê a cooperativa faz o que faz e não os meios pelos quais ela faz. A missão necessita, sempre que for lida, inspirar cada cooperado, colaborador, voluntário ou parceiro. As pessoas têm de acreditar e introjetar a missão como balizador e norteador de toda a ação, para que a responsabilidade social seja adotada por todos.
 - 1.1 É importante ter em vista que a missão, para ser incorporada, deve ser criada com a participação do maior número de pessoas da Unimed. Participação é essencial para o envolvimento dos cooperados e colaboradores.
 - 1.2 Comece com algumas idéias e submeta a um grupo pequeno de pessoas. Envolve-as e crie alguns modelos de missão.
 - 1.3 Posteriormente, apresente os modelos às outras pessoas que formam a cooperativa e opte pelo que for o mais representativo à coletividade. Advertência: Nunca subordine a missão ao dinheiro.
 - 1.4 A visão e missão estão intimamente interligadas. A visão serve para fazer a missão caminhar. Os cooperados e colaboradores devem sempre ser convidados a fazer um link entre a visão da cooperativa e suas ações diárias.
 - 1.5 Esse processo de criação da visão e missão precisa ser muito bem elaborado para que as metas estejam sempre em alinhamento com aqueles. Quando o processo é pouco participativo e precocemente apresentado, a missão é constantemente alterada.
 - 1.6 A visão é praticamente inalterável por um bom espaço de tempo. Só quando ela é alcançada faz-se necessário criar outra para que continue o processo de desenvolvimento da cooperativa.

2. Código de Ética

É imprescindível que a cooperativa transpareça para todos os seus públicos a maneira como ela se posiciona eticamente frente às mais diversas áreas e situações. Os valores éticos do Sistema Unimed devem ser transparentes, claros e utilizados pelos dirigentes, cooperados, colaboradores, fornecedores e prestadores de serviço.

São considerados valores éticos: honestidade, integridade, lealdade, compromisso, justiça, respeito ao próximo, solidariedade, cooperação e compaixão. A manutenção dos valores éticos ajudará o Sistema Unimed:

- ✓ a desenvolver relações sólidas com clientes, cooperados, colaboradores, fornecedores e prestadores de serviços;
- ✓ a reduzir o número de processos legais e de contingências;
- ✓ a negociar conflitos de interesses e assegurar o cumprimento das leis.

O código de ética traduz o comportamento da Unimed, seus valores, sua fundamentação filosófica e doutrinária em relação a:

- 2.1 Cooperados - direitos e deveres, responsabilidade perante a cooperativa, cliente, colegas, colaboradores, sociedade e ao cooperativismo, consequências do descumprimento da ética médica e cooperativista;
- 2.2 Colaboradores - direitos e deveres, responsabilidades perante os colegas, cooperados, comunidade, cooperativa e sua profissão;
- 2.3 Responsabilidade perante o negócio da cooperativa;
- 2.4 Procedimentos quanto à admissão e demissão de cooperados e colaboradores;
- 2.5 Concorrência;
- 2.6 Responsabilidade frente a clientes e à comunidade, na abordagem de venda, dentre outros exemplos;
- 2.7 Fornecedores;
- 2.8 Autoridades governamentais.

O código de ética, depois de elaborado e formalmente instaurado na cooperativa, torna-se um poderoso instrumento de gestão na resolução de conflitos internos e com os *stakeholders* da cooperativa. Assim, sempre que houver um conflito com alguma parte, é acionado o código de ética para a resolução do impasse.

Para criar o código de ética é importante abrir canais de participação como reuniões, comitês de trabalho etc., a fim de que as pessoas possam contribuir na sua formulação e, posteriormente, avaliar os resultados de sua implantação, corrigir os desvios de ação e redirecionar a conduta.

Passos para montar o código de ética:

Faça uma pesquisa em outras instituições, cooperativas e empresas, a fim de efetuar uma análise do código de ética;

- ✓ Promova uma reunião das pessoas que, de alguma forma, se identificam com a cooperativa e com a ética cooperativista e humanista.

Marque um local e horário que favoreçam a maioria e envie, com antecedência, uma CARTA CONVITE impressa.

É muito importante que nesta primeira reunião estejam presentes os membros do Conselho Administrativo.

- ✓ Para esta primeira reunião sugerimos a seguinte pauta:

- O que é a Responsabilidade Social?
- Por que o assunto Responsabilidade Social interessa aos cooperados?
- O que está previsto sobre Responsabilidade Social no Estatuto da Cooperativa e na filosofia cooperativista?
- Pontos Favoráveis e Pontos Desfavoráveis em relação à implantação de um Código de Ética no contexto atual da cooperativa (acreditamos que não haverá nenhum negativo).

- ✓ Inicie a reunião solicitando a cada um dos presentes que fale sobre os motivos de estarem ali pensando sobre a estruturação de um Código de Ética.
- ✓ Faça a leitura e reflexão de um ou mais textos sobre a ética e a responsabilidade social (os textos podem ser adquiridos na Fundação Unimed);
- ✓ Faça a leitura, para a informação e conhecimento, do que está previsto no ESTATUTO da Cooperativa (se houver) com relação à Ética e Responsabilidade Social (em relação a cooperados, colaboradores, clientes, fornecedores, governo, comunidade etc.).
- ✓ Proponha um debate sobre os PONTOS FAVORÁVEIS e PONTOS DESFAVORÁVEIS com relação à implantação da Responsabilidade Social e do código de ética no contexto atual da Unimed.

Registre os pontos levantados pelo grupo, de forma bem visível, em um *flip-chart*, durante o debate.

2ª etapa:

✓ Faça com o grupo o seguinte exercício:

a) Reproduza a tabela abaixo, distribua a todos os participantes da reunião e solicite que cada um registre, de forma sintética, uma lista individual das INQUIETAÇÕES e NECESSIDADES que percebe com relação aos diversos setores de atuação da cooperativa/empresa.

EXERCÍCIO DA “GAVETA DESARRUMADA”

INQUIETAÇÕES e NECESSIDADES que eu percebo em minha cooperativa com relação à responsabilidade social e à ética.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

b) Reúna o grupo novamente e com base nos registros individuais faça agora uma lista das INQUIETAÇÕES e NECESSIDADES que eles têm e/ou percebem com relação aos diversos setores de atuação da Unimed. Esta lista deve ser resultado de um consenso e não de uma votação.

INQUIETAÇÕES e NECESSIDADES que este grupo percebe em nossa cooperativa.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

c) Faça uma seleção, juntamente com o grupo, dos pontos levantados que são atribuições do Código de Ética. Procure organizar os itens por assunto.

COMO IMPLEMENTAR A PRÁTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA UNIMED DO BRASIL

Como já informamos anteriormente, a responsabilidade social é uma forma de gestão alicerçada em valores éticos e deve abranger o desenvolvimento humano e tecnológico, bem como o meio ambiente, com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável.

Posteriormente à criação do código de ética, o primeiro passo é definir a política da cooperativa em relação a cada um dos três eixos sugeridos, em âmbito interno e externo. A intenção é contemplar os diversos públicos que se relacionam com a cooperativa.



Exemplo de uma política para Meio Ambiente:

INTERNO

1. Fazer uma coleta seletiva de lixo - papel, vidro, metal e plástico.
 - 1.1 Compre latas de lixo coloridas e cole etiquetas de acordo com o que se quer separar.
 - 1.2 Coloque as latas em locais de fácil visualização e acesso aos departamentos.
 - 1.3 Escolha os locais juntamente com os colaboradores. Utilize e-mails ou reúna a equipe no final do expediente.
2. Economizar papel, utilizar papel reciclado.
 - 2.1 Utilize frente e verso das folhas.
 - 2.2 Pesquise junto aos colaboradores, prefeitura, conselhos regionais sobre as entidades que recebem papel, a fim de reciclá-lo.
 - 2.3 Separe o papel que não pode ser reaproveitado e junte para doá-lo às instituições.
 - 2.4 Procure comprar papel reciclado dessas instituições, o que além de preservar as árvores garante a sustentabilidade de organizações da sociedade.

3. Economizar energia, utilizar aparelhos eletroeletrônicos de menor consumo energético - criar hábito de economia.
 - 3.1 Prepare uma campanha interna de conscientização sobre o consumo de energia.
 - 3.2 Faça cartazes no próprio computador da cooperativa, com dicas sobre como economizar energia.
 - 3.3 Divulgue as dicas semanalmente nos instrumentos de comunicação que a cooperativa disponha (*e-mails*, *house-organ* (jornal interno), quadro de avisos, boletins, cartas etc.).
 - 3.4 Promova entre cooperados e colaboradores a participação na campanha de racionamento de energia, colocando uma caixa de sugestões para que possam interagir com a cooperativa.
 - 3.5 Publique as dicas nos instrumentos de comunicação interna, destacando as pessoas que participaram da Campanha.
4. Preparar as instalações sanitárias com equipamentos que economizam água (torneiras, mictórios, descargas inteligentes etc.) e diminuir o consumo de água nas áreas externas.
5. Divulgar entre os seus colaboradores, cooperados e clientes uma "lista dos produtos e empresas que preservam o meio ambiente."
 - 5.1 Promova, por meio dos instrumentos de comunicação interna da cooperativa, o consumo consciente de seu público-alvo.
 - 5.2 Convide membros dessas empresas para fazer uma palestra e contar como é feita a responsabilidade social na empresa a que pertence.
 - 5.3 Estimule as pessoas a relatarem sua "mudança de hábito" de consumo, abrindo espaços no *house-organ* ou em outra publicação e mídia interna da Unimed.
6. Consumir produtos de empresas que tenham uma política de preservação ambiental.
 - 6.1 Dar o exemplo é fundamental.
 - 6.2 Divulgue para colaboradores e cooperados os produtos consumidos e por que são preferidos.
7. Utilizar na cooperativa equipamento inteligente de consumo de energia - são aqueles que possuem um dispositivo de corte de energia ou redução após alguns minutos sem utilização.
8. Incentivar e estimular o uso de transporte alternativo que não polua o meio ambiente.
9. Equipar a frota de veículos com gás natural (caso exista).

EXTERNO

1. Não se relacionar com fornecedores que destróem ou prejudicam o meio ambiente.
 - 1.1 Ao contratar um fornecedor, peça que apresente a política ambiental da empresa, verifique se ela possui certificados de qualidade (tipo ISO 14000).
 - 1.2 Procure informações sobre o envolvimento da empresa em escândalos ambientais. Se houver registros saiba qual foi a ação empreendida pela organização para sanar o problema.
 - 1.3 Tome bastante cuidado com a associação de marcas para que a Unimed não se envolva ingenuamente em um escândalo ambiental.
2. Evitar produtos que gerem resíduos.
3. Evitar ao máximo a utilização de produtos tóxicos.
4. Tomar as devidas providências quanto ao despejo de substâncias tóxicas no meio ambiente.
 - 4.1 Verifique a política de segurança adotada, EPI e cumprimento das normas.
 - 4.2 Peça regularmente informações e relatórios sobre os procedimentos e despejo de lixo hospitalar.
5. Trabalhar em parceria com fornecedores e clientes, principalmente hospitais, clínicas, postos de saúde, laboratórios, dentre outros.
6. Participar de campanhas em prol da conservação do meio ambiente.
 - 6.1 Convide os cooperados, colaboradores, familiares para participarem.
 - 6.2 Promova caminhadas ecológicas para os familiares dos cooperados e colaboradores, com um ou mais professores de educação ambiental.
 - 6.3 Faça um concurso estimulando a dissertação sobre o meio-ambiente, envolvendo toda a "família Unimed".
7. Apoiar iniciativas de grupos comunitários, ONGs, escolas e empresas que desenvolvam trabalhos de preservação ambiental.
8. Associar sempre a prevenção e promoção da saúde com a preservação ambiental, pois ambos são vetores da qualidade de vida.

Exemplo de uma política para Desenvolvimento humano:

INTERNO

1. Desenvolver na cooperativa os princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos.
2. Obedecer aos princípios do Estatuto da Criança e Adolescente, promovendo a integração da criança na escola, com a família, lutando pela erradicação do trabalho infantil e contribuindo com iniciativas para a promoção da saúde da criança e do adolescente.
3. Obedecer aos princípios da legislação trabalhista, oferecendo benefícios para os colaboradores.
4. Promover a diversidade étnica dentro da cooperativa.
 - 4.1 Caso a Unimed não tenha uma diversidade de etnias, promova no recrutamento de colaboradores e estagiários a inserção de diversas representações étnicas, como parte da política de contratação.
 - 4.2 Promova também a diversidade nos cargos de gerência e nos conselhos da Unimed.
 - 4.3 É importante não fazer da promoção da diversidade a ditadura das minorias, criando uma conduta discriminatória.
5. Promover a representatividade feminina entre colaboradores, e também em cargos de gerência e diretoria.
6. Disponibilizar vagas para pessoas portadoras de necessidades especiais.
 - 6.1 Faça uma pesquisa interna com os colaboradores pedindo sugestões para trabalhos em que podem ser utilizadas pessoas com necessidades especiais.
 - 6.2 Peça auxílio à APAE para a inserção das pessoas no ambiente da Unimed.
 - 6.3 O trabalho deve ter acompanhamento de um profissional especialista, que pode ser da própria APAE.
 - 6.4 É importante que a equipe receba um treinamento para receber o novo colega e que o apóie na execução do trabalho.
 - 6.5 As instalações devem estar em condições para atender o novo colega, e as adaptações podem ser orientadas pela APAE ou entidade responsável.

- 6.6 Faça um acompanhamento do desenvolvimento do colega no ambiente de trabalho e avalie a participação dos colaboradores. Para muitos trabalhos, as necessidades especiais se transformam em benefício revertido em alta produtividade, aumento da solidariedade interna e melhoria do clima organizacional.
7. Não discriminar os colaboradores temporários.
- 7.1 Não discrimine os “temporários”, chamando-os a se integrar na equipe e a colaborar com a Unimed.
- 7.2 Não dê benefícios inferiores como metade do valor do vale refeição dos colaboradores.
- 7.3 Tente criar um plano de saúde que atenda a esses colaboradores, pois são também parte (mesmo que temporários) da cooperativa e fonte de disseminação da prática de responsabilidade social.
8. Promover a saúde em toda sua dimensão: um quadro de bem estar físico, mental e social (OMS).
9. Incentivar medidas de promoção da saúde tais como prática de esportes, eliminação do fumo no local de trabalho, exames periódicos obrigatórios, postura corporal e hábitos de trabalho saudáveis, incluindo também ambiente físico (arejado, bem iluminado, limpo) e instrumental adequado.
- 9.1 Faça um planejamento com todas as atividades ligadas à promoção da saúde, incluindo um calendário.
- 9.2 Crie uma campanha de comunicação para o calendário, escolhendo quais instrumentos serão os mais propícios para atingir e mobilizar o público-alvo.
- 9.3 Faça campeonatos internos, podendo estender a familiares e fornecedores.
- 9.4 Faça uma visita aos departamentos e observe os locais de trabalho quanto à iluminação, ventilação, materiais necessários, privacidade para trabalho, limpeza. Depois, peça a opinião dos colaboradores em uma pesquisa bem simples utilizando poucas perguntas, por exemplo: “o que você mudaria no seu ambiente de trabalho?”. Essas perguntas não precisam ter identificação e podem ser recebidas em uma caixa de sugestão.
- 9.5 Informe aos colaboradores que pretende-se fazer melhorias, mas que tudo depende de um orçamento e será realizado dentro das possibilidades financeiras da cooperativa.

10. Criar mecanismos de ajuda a portadores de vícios, incentivando os colaboradores e cooperados a participarem dos grupos de apoio.
- 10.1 Faça palestras sobre tabagismo, drogas, alcoolismo.
- 10.2 Incentive as pessoas a procurarem grupos de apoio como o AA. A discrição é fundamental.
- 10.3 Faça parcerias com as entidades afins, disponibilizando informações sobre o trabalho desenvolvido e como as pessoas podem solicitar ajuda, como funciona o trabalho etc.
- 10.4 Encoraje os colaboradores e cooperados a participarem dos grupos de apoio a essas entidades, como voluntários.
11. Criar um sistema de recompensa (reconhecimento, destaque) aos colaboradores e cooperados que tenham hábitos de vida saudáveis.
- 11.1 Mensalmente, faça uma entrevista com um cooperado e/ou um colaborador que tenha uma prática de vida saudável e, posteriormente, divulgue ao público interno da Unimed.
- 11.2 Abra para a participação do público interno e crie, por exemplo, as “dicas da semana”, divulgando o nome das pessoas que as disponibilizaram.
- 11.3 Após o almoço, pode ser feito um momento saúde, com aulas ministradas pelos próprios colaboradores sobre relaxamento, postura, exercícios para circulação, etc.
12. Apoiar a família dos colaboradores e cooperados, criando por exemplo um centro de estudo, com livros, videoteca, jogos etc.; disponibilizando creches; desenvolvendo programas de pré-natal; estimulando a participação em trabalhos voluntários junto aos companheiros e pais.
13. Avaliar sempre as necessidades dos colaboradores e cooperados em relação à família, encorajando práticas saudáveis.
- 13.1 Faça campanhas de amamentação, vacinação, alimentação infantil.
- 13.2 Solicite um pediatra para instruir as novas mães quanto aos cuidados com os bebês e crianças.
- 13.3 Divulgue por meio dos instrumentos de comunicação da cooperativa informações sobre a saúde da criança.

14. Se possível, estender o plano de saúde às famílias dos cooperados e colaboradores, apoiando também a adoção.
15. Dar apoio aos colaboradores quando esses se ausentarem para tratar de assuntos referentes à família, oferecendo suporte, dentro das possibilidades.
16. Construir parcerias com outras cooperativas locais para oferecer serviços aos colaboradores e cooperados.
17. Evitar normas e procedimentos internos que interfiram na vida familiar dos colaboradores e cooperados.
18. Usar ações da cooperativa como forma de incentivar os colaboradores e cooperados.
19. Evitar as demissões e criar uma política de demissão que privilegie a recolocação do profissional no mercado.
20. Adotar um programa de educação continuada em todos os níveis da cooperativa - administrativo, financeiro, dirigentes, RH, comunicação e especialização médica - bem como de desenvolvimento de talentos internos.
 - 20.1 Faça constar no orçamento da cooperativa a educação continuada e a ação na comunidade, como investimento em RH e marketing da atual gestão.
 - 20.2 Desenhe o projeto de forma que durante o ano todos os setores sejam treinados.
 - 20.3 Faça uma pesquisa de necessidades com os colaboradores.
 - 20.4 Utilize as Federações e a Universidade Unimed para fazer contato com as outras cooperativas, forme um grupo e rateie o treinamento, o que diminuirá significativamente os custos e os fará personalizados para o ambiente Unimed.
21. Crie um Comitê Educativo e dê total apoio ao seu desenvolvimento.
 - 21.1 Dentro da Filosofia da doutrina cooperativista, a educação continuada é prevista no 5º PRINCÍPIO: EDUCAÇÃO, TREINAMENTO E FORMAÇÃO, assim descrito: As cooperativas proporcionam educação e treinamento para os sócios, dirigentes eleitos, administradores e funcionários, de modo a contribuir efetivamente para o seu desenvolvimento. Eles deverão informar o público em geral, particularmente os jovens e os líderes formadores de opinião, sobre a natureza e os benefícios da cooperação."

- 21.2 Obedecendo a esse princípio, os comitês educativos foram introduzidos nas cooperativas como órgãos previstos em seus estatutos, para promover a integração social e a educação voltada à difusão da filosofia cooperativista.
- 21.3 Sendo ideais para a articulação de programas educacionais e sociais, o trabalho dos Comitês pode ser desenvolvido por uma equipe multidisciplinar de profissionais de diferentes áreas, principalmente de saúde e humanas, ampliando a sua atuação para outro princípio do cooperativismo. O 7º princípio ou PREOCUPAÇÃO COM A COMUNIDADE é assim descrito: "as cooperativas trabalham pelo desenvolvimento sustentado de suas comunidades, através de políticas aprovadas por seus membros."
- 21.4 É imprescindível que se observe os ganhos obtidos com a educação continuada e responsabilidade social:
 - ♦ melhora da produtividade;
 - ♦ racionalização de custos;
 - ♦ melhora do clima organizacional;
 - ♦ os colaboradores e cooperados conseguem desenvolver habilidades no trabalho com as comunidades que só seriam obtidos em treinamentos com alto investimento financeiro;
 - ♦ a imagem institucional da cooperativa é fortalecida frente aos seus variados públicos de relacionamento: cliente, colaboradores, cooperados, famílias, empresas, organizações, governo e mídia;
 - ♦ A verba que seria aplicada em marketing, pode ser alocada em menor volume em responsabilidade social, com enorme ganho institucional;
 - ♦ A educação continuada de colaboradores e cooperados melhora o produto final de excelência da Unimed: atendimento em saúde.
- 21.5 Procure a Fundação Unimed para a estruturação e ajuda na implantação de um comitê educativo. Ela possui a soma das diversas experiências das Unimeds e tem a missão de auxiliá-las.
22. Incentivar a produção artística interna.
 - 22.1 Promova encontros entre os departamentos e as diversas especialidades médicas. Nesse evento, abra espaço para que os cooperados e colaboradores possam revelar talentos como cantar, recitar poesias, dançar, fazer alguma intervenção teatral etc.
 - 22.2 Promova um sarau, estimulando a produção interna.

- 22.3 Estenda as atividades aos familiares.
- 22.4 Incentive a aprovação de projetos nas leis de incentivo à Cultura. As informações podem ser conseguidas no site www.minc.gov.br ou na Fundação Unimed.
- 22.5 Incentive a formação de corais e grupos de teatro dos colaboradores, aportando recursos necessários para o seu desenvolvimento.
- 23. Promover o desenvolvimento de carreiras (criar um plano de cargos e salários baseado na qualificação, esforço, capacidade de relacionamento e responsabilidade social individual).
- 24. Ajudar a colocar todos os filhos dos colaboradores na escola.
- 25. Fornecer sempre informações sobre o desempenho financeiro da cooperativa a todos os públicos da Unimed.
- 26. Incentivar o voluntariado e sua sistematização em todos os segmentos e públicos da cooperativa.
 - 26.1 “O voluntário é o jovem ou o adulto que, por interesse pessoal e espírito cívico, dedica parte de seu tempo, sem remuneração alguma, a atividades voltadas ao bem estar social ou a outros campos”. (ONU)
 - 26.2 Em boa parte das Unimeds, uma quantidade significativa de pessoas desenvolvem ações voluntárias, geralmente relacionadas a instituições religiosas ou comunitárias. É importante perceber que o voluntariado abrange uma série de outras ações. São voluntários, por exemplo:
 - ♦ Os cantores do coral da cooperativa.
 - ♦ Aqueles que dão palestras sobre saúde, organizam coleta seletiva de lixo, fazem manifestações ecológicas, caminhadas etc.
 - ♦ Os que participam dos Conselhos de Saúde, ou de Transporte, ou de Segurança em seus bairros.
 - ♦ Aqueles que cobram a responsabilidade das autoridades promovendo um abaixo-assinado de apoio ou protesto.
 - ♦ Os que disseminam a filosofia cooperativista como forma de economia solidária e ajudam a sistematizar cooperativas.

- 26.3 Forneça espaço adequado para que os voluntários possam fazer reuniões, armazenar o produto de coletas, guardar materiais ou ainda permita que eles realizem campanhas internas, mobilizando os colegas em torno de uma causa.
- 26.4 Abra espaço nos mecanismos de comunicação interna da empresa: murais, jornais internos, boletins eletrônicos. Pode-se também colocar equipamentos, instalações e sistemas da empresa à disposição de uma determinada ação voluntária como um curso profissionalizante ou a encenação de uma peça de teatro.
- 26.5 O maior apoio é a participação dos dirigentes da Unimed nas ações voluntárias. Envolver cooperados, diretores, gerentes, supervisores é levar à prática o velho conceito: “o exemplo vem de cima”.
- 26.6 A participação de colaboradores e cooperados em ações voluntárias promovidas pela cooperativa pode gerar reclamação trabalhista. Foi por esse motivo que foi criada a Lei do Serviço Voluntário, em 1998.

Ela define os parâmetros e a conceituação do serviço voluntário. Estabelece que o serviço voluntário não gera vínculo empregatício, nem obrigação trabalhista ou previdenciária.

Para diferenciar a atividade remunerada do serviço voluntário, a lei criou o Termo de Adesão e sugere que seja assinado pelos próprios voluntários. Anexe a este Termo uma descrição detalhada das atividades.

Importante: a Lei diz expressamente que serviço voluntário é “a atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza ou instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive, mutualidade.”

O modelo do termo pode ser conseguido na Fundação Unimed.

EXTERNO

- 1. Fazer do “Investimento Social em Saúde” uma prioridade na gestão da cooperativa.
 - 1.1 Como o negócio da Unimed é saúde, a sua competência desenvolvida é toda voltada para essa área.
 - 1.2 A Saúde, na definição da OMS e que tomamos como conceito, se estende aos diversos vetores e fatores que incidem sobre a qualidade de vida do ser humano.

- 1.3 Quando no planejamento de gestão da Cooperativa define-se a dotação orçamentária e ela se incorpora a responsabilidade social, sugerimos que o aporte de recursos destinado ao apoio a projetos (desenvolvidos pela cooperativa, por outras instituições, ou em parceria) tenha foco na saúde, na qualidade de vida.
 - 1.4 É importantíssimo fazer uma pesquisa para que não se tente "reinventar a roda", colher dados sobre o que já é feito, qual a demanda e como a Unimed pode potencializar a ação.
 - 1.5 A atuação "em rede" é chave no trabalho e faz com que o investimento social não seja mal empregado, como anteriormente eram realizadas doações sem sequer saber-se ao certo para quem e quais os impactos sociais.
 - 1.6 Utilize a Fundação Unimed. Ela pode ajudá-lo a estruturar o investimento social, pois é integrante do GIFE - grupo de institutos, fundações e empresas - que trabalha exatamente com investimento social privado.
2. Privilegiar a criação de projetos sociais com foco na saúde em três eixos distintos:
 - 2.1 Assistência a saúde;
 - 2.2 Prevenção à saúde;
 - 2.3 Promoção da Saúde.
 - 2.4 As ações podem acontecer em momentos distintos ou paralelamente, desde que seja facilmente percebido qual o objetivo com tal procedimento, observando a questão assistencial, educacional e psicológica.
 - 2.5 É importante que a equipe de criação do projeto seja transdisciplinar, formado por pessoas da área de saúde, serviço social, comunicação, administrativo e RH.
3. Procurar inserir no corpo de colaboradores pessoas de classes mais necessitadas; assim, contribuímos para a redução da desigualdade social.
4. Disponibilizar informações sobre saúde para a comunidade menos favorecida.
 - 4.1 Faça uma programação de palestras em escolas, associações de bairro, igrejas etc., levando em conta a demanda da região.
 - 4.2 Elabore, se possível, um material de acompanhamento das palestras observando a linguagem; deve ser o mais clara e objetiva possível. Lembre-se que a interpretação depende da cultura local.
 - 4.3 Faça cartilhas ou um periódico mensal, com material simples e de fácil entendimento, sobre os diversos temas relacionados à saúde.

5. Disponibilizar tempo e recursos para voluntários cooperados e colaboradores.
 - 5.1 Ceda algumas horas semanais para que o voluntário da Unimed possa resolver assuntos relacionados à atividade voluntária da própria cooperativa.
 - 5.2 Disponibilize os recursos da própria cooperativa tais como computador, papel, material de escritório. Não delegue simplesmente ao bom senso das pessoas a utilização do material. Estimule sempre a economia e contenção de despesas, pois impactam financeiramente na Unimed e ambientalmente nos recursos naturais.
6. Se possível, oferecer apoio financeiro para estimular o trabalho voluntário, para compra de algum item necessário ao seu desenvolvimento.
7. Disponibilizar para a comunidade os técnicos e colaboradores em sua área de competência, no auxílio às carências comunitárias.
 - 7.1 Faça uma pesquisa junto às entidades da comunidade, analise suas carências e necessidades.
 - 7.2 A maioria das ONGs e entidades filantrópicas necessitam de apoio para estruturar uma gestão mais dinâmica, um planejamento de comunicação ou desenvolver projetos na área de informática, dentre outros.
 - 7.3 Veja entre os colaboradores quem tem disponibilidade para se voluntariar e ceda uma hora específica para que o voluntário possa ajudar as organizações da sociedade civil.
 - 7.4 Lembre-se de contabilizar as horas e somá-las ao investimento social, pois é uma doação de recurso da cooperativa (visto que ela cede o colaborador no horário de trabalho) para depois agregar ao balanço social.
8. Mobilizar os clientes e fornecedores, formando uma rede de atuação social.
 - 8.1 Dissemine na "cadeia produtiva" a prática de responsabilidade social.
 - 8.2 Convide os fornecedores para participar de campanhas e atividades promovidas pela Unimed, extensivo aos familiares.
 - 8.3 Envolve os fornecedores na elaboração e gestão dos projetos, para que a ação seja potencializada.
9. Criar anéis de cooperativismo, formando parcerias com outras cooperativas, reforçando a economia solidária e ajudando as comunidades a se organizarem em cooperativas populares.

- 9.1 O cooperativismo é, sem dúvida, o grande *know-how* da Unimed. É um dever da Unimed difundir na sociedade a doutrina, pois esta é apontada por inúmeros estudiosos como a grande alternativa à economia mundial. Isto porque socializa a produção, distribui a renda e gera empregos em maior escala por ter em seu cerne o ser humano e não o capital.
 - 9.2 Muitos projetos sociais têm como alternativa à geração de renda a formação de cooperativas populares. A Unimed pode disponibilizar profissionais gabaritados para apoiar e facilitar a sua implantação correta.
 - 9.3 Outro apoio importante é procurar consumir produtos ofertados pelas cooperativas, principalmente as populares, o que irá fortalecer a comunidade e o próprio sistema cooperativista.
 - 9.4 A Unimed pode ajudar na divulgação dos produtos das cooperativas populares junto aos seus diferentes públicos, promover um bazar com essas cooperativas etc., o que será um impulso ao desenvolvimento local.
10. Apoiar e ajudar instituições beneficentes e ONGs idôneas, aportando recursos (humanos e/ou materiais) bem como escolas, centros comunitários etc.
 - 10.1 Muitas Unimeds já apóiam, por meio de seus voluntários e doações, várias instituições das comunidades, o que gera um grande ganho para a comunidade beneficiada e para a própria Unimed, pois os voluntários se integram, desenvolvem habilidades que, posteriormente, são aplicadas na cooperativa.
 - 10.2 Crie o comitê de voluntários com participação dos diversos setores da Unimed.
 - 10.3 Defina com os colaboradores e cooperados quais instituições a Unimed deve apoiar.
 - 10.4 Chame a instituição para falar à Unimed, expor as carências e como os voluntários podem ajudar.
 - 10.5 Faça um cadastro de voluntários, contendo suas habilidades e disponibilidade (o modelo pode ser adquirido na Fundação Unimed).
 - 10.6 Faça um termo de adesão do voluntário, com base na lei 9.608 de 18/02/98 (o modelo pode ser adquirido na Fundação Unimed), com apoio da ONG local.
 - 10.7 Planeje a intervenção, junto com a entidade parceira e assistida.
 11. Separar o material que pode ser reaproveitado e doar à comunidade.
 12. Ceder as instalações da cooperativa para algum trabalho em função da comunidade.

13. Dar apoio aos produtores, indústrias e comércio local, privilegiando as minorias.
14. Certificar-se de que o *marketing* de produtos e serviços é realizado sob os mais altos padrões de ética ao cliente.
15. Proibir qualquer metodologia de venda ou técnica comercial anti-ética.
16. Apoiar integralmente programas nacionais de responsabilidade social voltados para a saúde.
17. Comunicar aos fornecedores as expectativas da cooperativa.
18. Exigir dos fornecedores um comprometimento formal acerca da política de responsabilidade social da cooperativa.

Exemplo de uma política para Desenvolvimento Tecnológico voltada à saúde e ao desenvolvimento sustentável:

INTERNO

1. Apoiar e incentivar a pesquisa científica voltada para a saúde.
 - 1.1 Muitos colaboradores e cooperados estudam e fazem algum nível de especialização.
 - 1.2 Promova um concurso interno que incentive a produção acadêmica sobre saúde pública, bem estar, qualidade de vida e as diversas especialidades médicas.
 - 1.3 Muitos colaboradores e cooperados já desenvolvem trabalhos com foco em cooperativismo ou saúde e às vezes não existe um espaço de discussão sobre o conhecimento produzido.
 - 1.4 Catalogue os trabalhos que são desenvolvidos e promova momentos em que as pessoas falarão sobre seus estudos, em palestras, *workshop*, seminários etc.
2. Adotar métodos de economia em consumo desenvolvidos internamente.
3. Incentivar o estudo e aplicação de práticas de gestão socialmente responsáveis elaboradas por colaboradores.

4. Incentivar o uso de Tecnologias Sociais por parte do público interno.

4.1 Tecnologia social é o Termo que se refere a métodos, técnicas e instrumentos de atuação na área social, caracterizando-se pela possibilidade de reaplicação em contextos e/ou junto a segmentos sócio-econômicos e culturais semelhantes. São exemplos de tecnologias sociais: a terapia de reidratação oral (TRO), os sistemas de informação para a monitoria e gestão de projetos aplicada ao tratamento das diarreias e desidratação; e o projeto Mãe-Canguru, que veio substituir o uso de incubadoras nos cuidados aos bebês prematuros ou de baixo peso.

5. Incentivar a elaboração de métodos de aprimoramento de atendimento, pelos colaboradores e cooperados e adotá-los como prática padrão.

EXTERNO

1. Difundir à comunidade técnicas e práticas gerenciais e em saúde desenvolvidas pela cooperativa.

1.1 Por meio de mídia local;

1.2 Utilize os instrumentos de comunicação da própria comunidade, rádios comunitárias, jornais de bairro, de associações etc;

1.3 Faça palestras;

1.4 Disponibilize o projeto para as entidades afins da comunidade.

2. Incentivar estudantes ao desenvolvimento científico e tecnológico voltado para a saúde.

2.1 Faça parceria com Universidades/Faculdades incentivando a produção acadêmica voltada para o desenvolvimento social.

2.2 Lance um concurso com a Faculdade/Universidade.

2.3 Abra oportunidades de estágio para os estudantes, na área de pesquisa ligada à saúde.

3. Fazer parcerias com Universidades e entidades de desenvolvimento tecnológico, realizando o intercâmbio de conhecimentos.

4. Difundir “tecnologias populares”, como remédios que utilizam as próprias ervas locais e a sabedoria popular (desde que respaldada pela ciência).

5. Atuar em rede na comunidade, potencializando as competências de cada parceiro em prol do desenvolvimento da região.

ITENS PARA SE ELABORAR UM PROJETO SOCIAL

✓ **Apresentação ou Introdução - Ação Cooperativista e Cidadã**

Contextualização da Unimed, possibilidades, o porquê de se pensar no projeto.

✓ **Objetivo geral**

É o objetivo hierarquicamente superior para o qual a meta do projeto contribui, exemplo: “Contribuir para a diminuição dos índices de mortalidade infantil”.

✓ **Objetivos específicos**

É a finalidade do projeto, exemplo: “Oferecer o pré-natal às mulheres da região do Jequitinhonha”.

✓ **População- Alvo**

A quem se destina o projeto, exemplo: mulheres em estado de gravidez.

✓ **Escopo**

Relata a abrangência e Fases do Projeto, a metodologia a ser aplicada.

✓ **Parceiros envolvidos**

São todas as entidades que participam de alguma forma do projeto.

✓ **Estratégias**

É a maneira pela qual a Unimed irá “atacar” o problema (que é definido no objetivo).

✓ **Ações e atividades Programadas**

São todas as ações para viabilizar as estratégias.

✓ **Recursos necessários:** humanos e materiais.

✓ **Resultados esperados**

As metas que se pretendem alcançar, quantitativa e qualitativamente.

✓ **Indicadores de avaliação**

Servem para mostrar como anda o projeto - se a ação foi efetiva e se realmente trouxe o resultado esperado, bem como redirecionar as ações.

✓ **Método de Monitoramento**

São os instrumentos utilizados para relatar os indicadores, exemplo: pesquisa, relatórios, clipping, listas de presença etc.

✓ **Orçamento**

É a discriminação de todos os recursos humanos e materiais, e seu custo de utilização e manutenção.

✓ **Cronograma físico/financeiro**

É o calendário das ações com os custos mensais do projeto.

INDICADORES PARA MONITORAR A IMPLANTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA COOPERATIVA

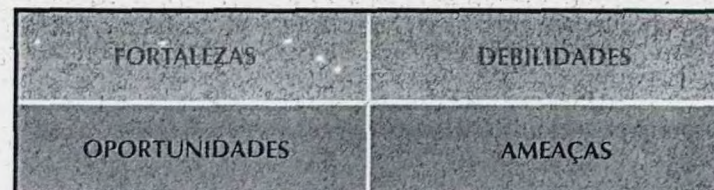
Com esse questionário, esperamos que a cooperativa possa fazer o seu diagnóstico social, a fim de traçar o seu programa de responsabilidade social eticamente correto. Após as respostas, tente enquadrar a responsabilidade social da cooperativa dentro de um dos quadrantes abaixo:

AÇÕES



O objetivo é que se possa traçar um planejamento para atingir o quadrante assinalado com a elipse, em que a responsabilidade social está incorporada na Unimed sendo efetivamente um modelo de gestão cooperativista.

Faça a análise de todos os itens tentando enquadrar para o interior da cooperativa as fortalezas e debilidades, e para o ambiente externo, as ameaças e oportunidades.



Esses indicadores servem para monitorar como está a responsabilidade social da cooperativa Unimed. É importante criar mecanismos de monitoramento periódicos, para avaliar como caminha a implantação do programa.

1. Missão oficial da cooperativa:

2. A Cooperativa está ligada a algum projeto social?

() Não () Sim

3. Como se resume historicamente a atuação da cooperativa na área social?

4. Desde que iniciou suas atividades a cooperativa acumula os seguintes totais:

Projetos executados exclusivamente pela cooperativa ()

Projetos executados em parceria com outras organizações ()

Projetos financiados/patrocinaados a terceiros ()

5. Número total de pessoas beneficiadas com os projetos:

6. A Cooperativa opera projetos ou programas próprios?

() Não () Sim

Em caso afirmativo, descreva-os brevemente (cite objetivo, população-alvo, tipo de atividade etc.):

7. Opera instituições próprias (como escolas ou creches)?

() Não () Sim

Em caso afirmativo, descreva essas instituições:

8. Faz parceria com outras instituições?

() Não () Sim

Em caso afirmativo, descreva essas parcerias:

9. Principais tipos de organizações parceiras da Unimed (assinale todas que se aplicarem).

() Fundação Empresarial

() Organizações do próprio Sistema Unimed (Unimed Brasil, Federações, Fundação Unimed)

() ONG

() Associação comunitária/popular

() Cooperativa

() Administração Pública

() Multilateral/agência de desenvolvimento

() Igreja/Entidade Eclesiástica

() Empresa privada

() Sindicato/federação/Entidade classista de trabalhadores

() Sindicato patronal

() Outros.

10. Sobre os projetos/ programas e instituições operadas pela cooperativa: Indique as populações-alvo (assinale todas que se aplicarem):

() Crianças

() Jovens

() Terceira idade

() Mulheres

() Homens

() Portadores de deficiência mental

() Portadores de doença física

() Portadores de doença mental

() Comunidades/população em geral

() Outros

11. Ainda sobre a população-alvo:

- ☐ Somente os colaboradores da empresa
- ☐ Preferencialmente a comunidade externa
- ☐ Somente comunidade externa
- ☐ Somente cooperados
- ☐ Misto
- ☐ Somente funcionários de empresas conveniadas
- ☐ Somente clientes

12. Analise a(s) sua(s) área(s) de atuação (assinale todas que se aplicarem):

- ☐ Educação e treinamento
- ☐ Desenvolvimento/fortalecimento institucional
- ☐ Meio Ambiente
- ☐ Saúde pública/Medicina Preventiva
- ☐ Desenvolvimento comunitário
- ☐ Microcrédito
- ☐ Ajuda em emergência e desastres
- ☐ Advocacy – mobilização política e lobby
- ☐ Pesquisa
- ☐ Publicações e informações públicas
- ☐ Arte, cultura e recreação
- ☐ Fortalecimento da filantropia e voluntariado
- ☐ Serviços sociais
- ☐ Direitos humanos
- ☐ Serviços legais
- ☐ Outras. Especifique:

13. Avalie como são adotadas as etapas para a implantação dos projetos (numere em ordem crescente):

- ☐ Pesquisa de necessidades
- ☐ Elaboração da proposta
- ☐ Aprovação da diretoria (inclusive orçamento)
- ☐ Divulgação
- ☐ Planejamento das ações
- ☐ Avaliação dos Resultados
- ☐ Monitoramento

14. Descreva sinteticamente o método e/ou mecanismo adotado pela cooperativa para avaliar os resultados dos projetos e ações desenvolvidas.

15. A Diretoria acompanha a execução dos orçamentos?

- ☐ Não ☐ Sim

16. Como é feito o acompanhamento da execução desse orçamento? Descreva sinteticamente.

17. Quem é o responsável pela coordenação dos projetos sociais da cooperativa?

18. Quantos funcionários em tempo integral sua cooperativa possui?

19. Quantos funcionários em tempo parcial?

20. Qual é o número de cooperados da cooperativa?

21. Quantos voluntários de sua cooperativa se dedicam aos projetos para a comunidade?

22. Dos voluntários, quantos são cooperados?

23. Dos voluntários, quantos são colaboradores?

24. Existe na cooperativa algum tipo de apoio ao voluntário? Descreva sucintamente.

25. Qual o montante das despesas operacionais de sua cooperativa no último ano (em Reais)? Caso não possua dados do último ano, indique o ano dos valores informados.
Ano _____ / R\$ _____

26. Quantas solicitações sua cooperativa recebeu no último ano?

27. Que porcentagem dessas solicitações foi aprovada?

28. De que maneira a cooperativa torna público os seus projetos em benefício da comunidade?

- () Divulgação em jornais e revistas
- () Internet/Website da Cooperativa
- () Cartazes/Pôsteres
- () Relatórios institucionais (ex. Relatório anual)
- () Publicações próprias (*newsletter*, mala-direta etc.)
- () Outras, Especifique

29. Qual é a porcentagem estimada das despesas com divulgação, no ano 2001, considerando o total de despesas de sua cooperativa?

30. A cooperativa possui um comitê educativo ou órgão semelhante?

- () Não () Sim () em implantação

31. Qual o papel do comitê educativo na cooperativa? Qual a sua importância?

32. Quando foi implantado o comitê educativo?

33. O Comitê Educativo é o órgão responsável pelos projetos sociais desenvolvidos na cooperativa?

34. Quando não realiza, o Comitê Educativo participa das atividades sociais? De que maneira?

35. Como é a participação de mulheres em cargos de gerência e direção da cooperativa?

36. Qual a porcentagem de negros e outras etnias no quadro de cooperados e colaboradores da cooperativa?

37. Como é feita a gerência de RH da cooperativa? Há uma política clara de benefícios, contratações, demissões, planos de cargos e salários que incorporam a responsabilidade social?

38. O Marketing está sempre pautado em uma estratégia de ação ética?

39. A comunicação com os *stakeholders* da cooperativa Unimed é transparente?

40. A cooperativa possui um código de ética?

41. A cooperativa informa aos seus fornecedores o seu código de conduta?

42. A cooperativa segue a declaração universal dos direitos humanos, o ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente) e todos os direitos trabalhistas?

43. A cooperativa apóia financeiramente e é parceira da instituição social do Sistema (Fundação Unimed)?

44. A cooperativa informa à Confederação Nacional (Unimed do Brasil) suas ações, programas, projetos ou tecnologias desenvolvidas?

45. A cooperativa repassa às co-irmãs as experiências exitosas no campo gerencial e social?

46. A cooperativa tem um bom relacionamento com as co-irmãs, com a Federação filiada e com a Confederação Nacional (Unimed do Brasil)?

47. A cooperativa investe em educação continuada para colaboradores e cooperados? Preocupa-se com a capacitação dos novos dirigentes em gestão cooperativista, com seus cooperados na especialização médica (produto final) e com os colaboradores nas diversas áreas gerenciais, sociais e tecnológicas?

48. A cooperativa possui alguma política de consumo consciente?

49. A cooperativa apóia campanhas políticas? Torna público o apoio para todos os seus públicos?

50. A cooperativa realiza o Balanço Social?

51. A cooperativa contribui com a disseminação da economia solidária (cooperativismo/ associativismo)?

52. Pratica todos os princípios da filosofia cooperativista, como a intercooperação, preocupação com a comunidade e educação continuada?

53. Quais são os critérios de seleção dos fornecedores da cooperativa?

54. Qual a política da cooperativa com relação à aposentadoria?

O uso dos indicadores é o que gerará subsídios para que, posteriormente, sejam levantados dados qualitativos e quantitativos para a publicação do balanço social. O desenvolvimento de indicadores pode ser feito pela própria Unimed.

BALANÇO SOCIAL

Modelo de Balanço Social indicado pelo IBASE, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas.

| 1) Base de Cálculo | 2000 Valor (Mil Reais) | | | 1999 Valor (Mil Reais) | | |
|---|---------------------------|-------------|------------|---------------------------|-------------|------------|
| Receita Líquida (RL) | | | | | | |
| Resultado Operacional (RO) | | | | | | |
| Folha de Pagamento Bruta (FPB) | | | | | | |
| 2) Indicadores Sociais Internos | Valor (R\$) | % Sobre FPB | % Sobre RL | Valor (R\$) | % Sobre FPB | % Sobre RL |
| Alimentação | | | | | | |
| Encargos sociais compulsórios | | | | | | |
| Previdência privada | | | | | | |
| Saúde | | | | | | |
| Segurança e medicina no trabalho | | | | | | |
| Educação | | | | | | |
| Cultura | | | | | | |
| Capacitação e desenvolvimento profissional | | | | | | |
| Creches ou auxílio-creche | | | | | | |
| Participação nos lucros ou resultados | | | | | | |
| Outros | | | | | | |
| Total - Indicadores Sociais Internos | | | | | | |

2000 Valor (Mil Reais)

1999 Valor (Mil Reais)

| 3) Indicadores Sociais Externos | Valor (R\$) | %Sobre FPB | %Sobre RL | Valor (R\$) | %Sobre FPB | %Sobre RL |
|---|-------------|------------|-----------|-------------|------------|-----------|
| Educação | | | | | | |
| Cultura | | | | | | |
| Saúde e saneamento | | | | | | |
| Habitação | | | | | | |
| Esporte | | | | | | |
| Lazer e diversão | | | | | | |
| Creches | | | | | | |
| Alimentação | | | | | | |
| Outros | | | | | | |
| Total das Contribuições para a Sociedade | | | | | | |
| Tributos (excluídos encargos sociais) | | | | | | |
| Total – Indicadores Sociais Externos | | | | | | |
| 4) Indicadores Ambientais | | | | | | |
| Relacionados com a operação da empresa | | | | | | |
| Em Programas e/ou projetos externos | | | | | | |
| Total dos Investimentos em Meio Ambiente | | | | | | |

2000 Valor (Mil Reais)

1999 Valor (Mil Reais)

| 5) Indicadores do Corpo Funcional | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| Nº de empregados ao final do período | | | | | | |
| Nº de admissões durante o período | | | | | | |
| Nº de empregados terceirizados | | | | | | |
| Nº de empregados acima de 45 anos | | | | | | |
| Nº de mulheres que trabalham na empresa | | | | | | |
| % de cargos de chefia ocupados por mulheres | | | | | | |
| Nº de negros que trabalham na empresa | | | | | | |
| % de cargos de chefia ocupados por negros | | | | | | |
| Nº de empregados portadores de deficiência | | | | | | |

2000 Valor (Mil Reais)

1999 Valor (Mil Reais)

| 6) Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa | | | | | | |
| Número total de acidentes de trabalho | | | | | | |
| Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos: | | | | | | |
| Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos: | | | | | | |
| A previdência privada contempla: | | | | | | |
| A participação nos lucros ou resultados contempla: | | | | | | |
| Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa: | | | | | | |
| Quanto à participação dos empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa: | | | | | | |

7) Outras Informações

1- Base de Cálculo

Itens Incluídos:

Receita Líquida

- Receita bruta excluída dos impostos, contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais.

Resultado Operacional

- Lucro ou prejuízo apresentado pela empresa no período.

Folha de Pagamento Bruta

- Valor total da folha de pagamento.

2- Indicadores Laborais

Alimentação

- Gastos com restaurante, vale-refeição, lanches, cestas básicas e outros relacionados à alimentação dos empregados.

Previdência privada

- Planos especiais de aposentadoria, fundações previdenciárias, complementações de benefícios aos aposentados e seus dependentes.

Saúde

- Plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive dos aposentados.

Educação

- Gastos com ensino regular em todos os níveis, reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (excluído pessoal) e outros gastos com educação.

Cultura

- Gastos com eventos e manifestações artísticas e culturais (música, teatro, cinema, literatura e outras artes).

Capacitação e desenvolvimento profissional

- Recursos investidos em treinamentos, cursos, estágios (excluído os salários) e gastos voltados especificamente para capacitação relacionada com a atividade desenvolvida pelos empregados.

Creches ou auxílio-creche

- Creche no local ou auxílio-creche aos empregados.

Participação nos lucros ou resultados

- Participações que não caracterizem complemento de salários.

Outros benefícios

- Seguros (parcela paga pela empresa), empréstimo (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios oferecidos aos empregados podem ser aqui enumerados.

3- Indicadores Sociais

Total das contribuições para a sociedade

- Somatório dos investimentos na comunidade que aparecem discriminados. Não incluir os gastos declarados nos Indicadores Laborais. Os itens na tabela aparecem como indicação de setores importantes onde a empresa deve investir, porém podem aparecer aqui somente os investimentos e contribuições que a cooperativa realiza regularmente (ação focalizada em educação, por exemplo).

Tributos (excluídos encargos sociais)

- Impostos, contribuições e taxas federais, estaduais e municipais.

4- Indicadores Ambientais

Relacionados com a operação da cooperativa

- Investimentos, monitoramento da qualidade dos resíduos/efluentes, despoluição, gastos com a introdução de métodos não-poluentes, auditorias ambientais, programas de educação ambiental para os funcionários e outros gastos com o objetivo de incrementar a qualidade ambiental na operação da cooperativa.

Em programas/projetos externos

- Despoluição, conservação de recursos ambientais, campanhas ambientais, educação ambiental para a comunidade externa e para a sociedade.

5- Indicadores do Corpo Funcional

Nº de negros que trabalham na cooperativa

- Considerar como trabalhadores negros o somatório de indivíduos classificados como pretos e pardos (conforme a RAIS).

6- Informações Relevantes

Relação entre a maior e a menor remuneração Número total de acidentes de trabalho

- Resultado da divisão da maior remuneração pela menor.
- Todos os acidentes de trabalho registrados durante o ano.

7- Outras Informações

- Este espaço está disponível para que a cooperativa agregue outras informações importantes quanto ao exercício da responsabilidade social e da cidadania empresarial.

REFERÊNCIAS E FONTES BIBLIOGRÁFICAS

DRUCKER, Peter F. Terceiro Setor
Exercícios de auto-avaliação para empresas - IBASE - <http://www.ibase.org.br>

GIFE - <http://www.gife.org.br>

FUNDAÇÃO UNIMED - <http://www.fundacaounimed.com.br>

IRION, Dr. João Eduardo, "*Cooperativismo e Economia Social*"
Editora STS, São Paulo, 1997

Agradecimentos:

Instituto ETHOS e GIFE

Elaboração:

Marcelo de Menezes
Leonardo Coelho

Revisão:

Cristiane Melitto Valério – Equipe de Comunicação Unimed do Brasil

Projeto Gráfico:

GRAPHWORKS - Editoração Eletrônica e Ilustração

Coordenação:

Equipe de Marketing Unimed do Brasil

**A UNIMED DO BRASIL E A FUNDAÇÃO UNIMED AUTORIZAM A REPRODUÇÃO
DESTE MANUAL DESDE QUE SEJA FEITA UMA SOLICITAÇÃO FORMAL.**

Site:

www.fundacaounimed.com.br
www.unimed.com.br

E-mail:

mkt@cfdu.unimed.com.br
responsabilidadesocial@cfdu.unimed.com.br

Impresso em papel reciclado.